

**PENGARUH RELIABILITY, RESPONSIVENESS, SECURITY AND SAFETY
TERHADAP SATISFACTION NASABAH BANK SYARIAHINDONESIA PADA
MASYARAKAT SOLO RAYA**

¹Meilana Widyaningsih, ²Novia Mayasari, ³Ajeng Karunia Ramadhani

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Email : ¹nanawidya18@gmail.com, ²noviaamay@gmail.com,
³ajengkarunia55@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of reliability, responsiveness, security and safety on satisfaction at Bank Syariah Indonesia. This study used primary data and analyzed using quantitative methods with statistical t tests. The population is part of the customers of Bank Syariah Indonesia Solo Raya with a sample of 100 respondents. Based on the results of the analysis obtained, conclusions can be drawn based on the t-test for the reliability variable (X1) the value of t count is 3,587 > t table 1,900 with a significant level of 0.001 < 0.05 meaning, there is a significant influence between the reliability variable on satisfaction. Meanwhile, the variable perception of responsiveness (X2) has no effect on satisfaction because it has a significant value of 0.114 > 0.05 or a t-count value of 1.596 < t-table 1.900 so H0 is accepted. And the variable perception of security and safety (X3) has an effect on satisfaction in this study because it has a significant value of 0.000 < 0.05 or a t-count value of 5.683 > t-table 1.900 so H0 is rejected. Based on the f-test, there is a count of 214,419 with a sig f value of 0.00 < 0.05, then H0 is rejected, H1 is accepted. This means that simultaneously reliability (X1), responsiveness (X2), security and safety (X3) have a significant influence on satisfaction (Y).

Keyword : *reliability, responsiveness, security and safety, satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan agar tahu mengenai pengaruh *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *security and safety* (keamanan) terhadap *satisfaction* (

kepuasan) pada Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini memakai data primer dan analisis menggunakan metode kuantitatif dengan uji-t statistic. Populasinya adalah sebagian nasabah Bank Syariah Indonesia Solo Raya dengan sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil analisis yang didapat, dapat ditarik kesimpulan berdasarkan uji-t untuk variabel *reliability* (X1) nilai t hitung $3.587 > t$ tabel 1.900 dengan tingkat signifikan sebesar $0.001 < 0.05$ artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *reliability* terhadap *satisfaction* (kepuasan). Sedangkan, Variabel persepsi *responsiveness* (ketanggapan) (X2) tidak berpengaruh terhadap *satisfaction* (kepuasan) karena memiliki nilai signifikan sebesar $0.114 > 0.05$ atau nilai t hitung $1.596 < t$ tabel 1.900 jadi H_0 diterima. Dan variabel persepsi *security and safety* (keamanan) (X3) berpengaruh terhadap *satisfaction* (kepuasan) penelitian ini dikarenakan memiliki nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ atau nilai t hitung $5.683 > t$ tabel 1.900 jadi H_0 ditolak. Berdasarkan uji-f, terdapat f hitung sebesar 214.419 dengan nilai sig f $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Artinya secara simultan *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *security and safety* (X3) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *satisfaction* (Y).

PENDAHULUAN

Bank Syariah Indonesia atau singkatnya bisa disebut dengan (BSI) adalah merger ataupun gabungan dari tiga bank syariah diantaranya BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah dan BNI Syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) didirikan dan disahkan pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertujuan agar semakin memperkuat kinerja perbankan syariah nasional. Dengan adanya merger bank syariah tersebut diharapkan bisa menyatukan kelebihan ketiga bank syariah, supaya dapat memberikan pelayanan yang lebih lengkap, semakin luasnya jangkauan serta permodalan yang kuat. Merger dari ketiga bank syariah tersebut tentu akan mempengaruhi nasabah dalam menilai mengenai kualitas layanan Bank Syariah Indonesia sebelum dan setelah merger.

Perbedaan layanan juga pasti akan sangat dirasakan oleh para nasabah, baik dari segi kuantitas ataupun kualitas. Bank Syariah Indonesia melakukan relokasi kantor cabang, yang menyesuaikan fasilitas layanan dan menyatukan budaya organisasi sumber daya insaninya (Syariah et al., 2022). Merger sendiri adalah nama umum yang dipakai untuk mengilustrasikan konsolidasi antar perusahaan ataupun kekayaannya, pemahaman lainnya dari merger yaitu gabungan dari dua perseroan atau lebih yang jadi satu dimana sisi perusahaan yang melaksanakan merger bisa mengambil alih atas semua aset dan kewajiban perusahaan yang menerima merger (Hasan, 2021).

Dengan terdapatnya merger dari ketiga perbankan syariah yaitu BNI Syariah, BRI syariah, dan Mandiri Syariah tentu akan terdapat penyesuaian atau bahkan perubahan ini bisa sangat signifikan. Seperti proses adaptasi nilai dan budaya bank hasil merger, harmonisasi *governance* yang sudah ada di masing-masing bank diharapkan bisa dikombinasi tentunya dengan lebih baik, pengalokasian produk dan layanan *ekisting*, proses migrasi nasabah, serta melengkapi produk dan layanan untuk bisa bersaing dengan bank konvensional (Putri, 2022)

Kepuasan nasabah adalah salah satu tujuan perhatian dari berbagai pihak, baik dari pemerintahan, pelaku bisnis, konsumen dan lain sebagainya. Karena hal tersebut dengan banyaknya pemahaman mereka mengenai konsep dari kepuasan nasabah sebagai strategi agar bisa menang dalam persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah adalah suatu hal

yang sangat penting bagi penyelenggara jasa, karena apabila nasabah bisa memiliki rasa puas makan nasabah tersebut akan memberitahukan kepada para nasabah lainnya akan rasa kepuasan dimilikinya, maka dari itu reputasi pemberi jasa tersebut akan naik (Sholichah, 2021).

Kepuasan nasabah harus lebih diperhatikan bagi semua perusahaan yang bergerak di bidang perbankan. Karena kepuasan nasabah tersebut merupakan bagian yang sangat penting untuk perbankan agar dapat mempertahankan kepercayaan perusahaan bagi semua masyarakat. Nasabah akan berusaha memiliki produk dari perusahaan yang bisa memberikan pelayanan dengan baik untuk mereka. Cerminan bobot perusahaan yang bagus bisa diamati dari pengalaman pelanggan atau nasabah, sehingga kepuasan nasabah hampir terus menjadi yang diutamakan dalam visi misi perusahaan (Syariah et al., 2022)

Menurut Fandi Tjiptono beberapa faktor yang berpengaruh akan kepuasan nasabah meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya, promosi, fasilitas, lokasi, kemudahan, kepercayaan, *service quality*, *religiusitas*, serta kenyamanan. Kualitas pelayanan juga memberikan pengaruh bagi kepuasan nasabah juga sangat penting untuk kepuasan nasabah dikarenakan mempunyai sesuatu yang komitmen untuk merealisasi konsep yang berorientasi kepada nasabah (Azkiya et al., 2021).

Novandy dan Rastini, (2018) mengutarakan bahwasannya kepuasan nasabah (customer satisfaction) yaitu keadaan dimana konsumen mengharapkan kebutuhannya bisa terpenuhi dengan baik maupun sesuai. Kepuasan yang dialami pelanggan bisa seberpengaruh itu mengenai nilai yang dibeikan pelanggan tentang suatu produk, maka pentingnya perusahaan untuk menjaga nasabah agar selalu merasakan kepuasan saat menikmati layanan yang diberikan. (Sumiati et al., 2021).

Kualitas pelayanan (KP) ialah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan untuk mencukupi apa yang diinginkan nasabah (Yusup, 2019). Kualitas layanan dilihat seperti titik variasi antara harapan nasabah terhadap layanan dan pengetahuan mereka mengenai pelaksanaan layanan (Khatab et al., 2019).

Kualitas pelayanan pula ialah gambaran mengenai produk, layanan, orang, proses, serta lingkungan dalam memenuhi keinginan nasabah (Yusup, 2019). Secara konseptual menurut Vencataya et al. (2019), terdapat lima dimensi yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan, antara lain (Supra & Hendarsyah, 2022) :

- (a) Tampilan, penampilan fisik serta fasilitas dari perbankan.
- (b) Keandalan, kemampuan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai.
- (c) Tanggap dan peduli, bersedia membantu, membimbing, memberikan layanan cepat dan tepat waktu kepada nasabah.
- (d) Jaminan, pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan perbankan untuk membangun citra atau kepercayaan.
- (e) Empati, kepedulian dan perhatian pribadi yang harus diberikan perbankan kepada nasabah.

Berdasarkan hal tersebut, maka permasalahan yang ada di dalam penelitian ini bisa dikemukakan sebagai berikut: Apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia? Apakah kinerja karyawan dalam melayani nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia? Apakah penjagaan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia? (Metayunika, 2013).

Tujuan melakukan penelitian ini ialah agar kita tahu akan pengaruh *service quality* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca merger. Faedah teoritis dari penelitian ini yaitu agar memberikan tambahan pengetahuan kepada masyarakat

tentang pengaruh dari kinerja pelayanan bank yang dalam hal ini bisa dilihat melalui tingkatan kualitas layanan serta kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Dan manfaat dalam penelitian ini adalah untuk bakal penilaian yang lebih memperhatikan kualitas layanan dan kepuasan nasabah, dikarenakan hal itu adalah kunci terbaik untuk mewujudkan atau meningkatkan kepercayaan terhadap Bank Syariah Indonesia (Sumiati et al., 2021).

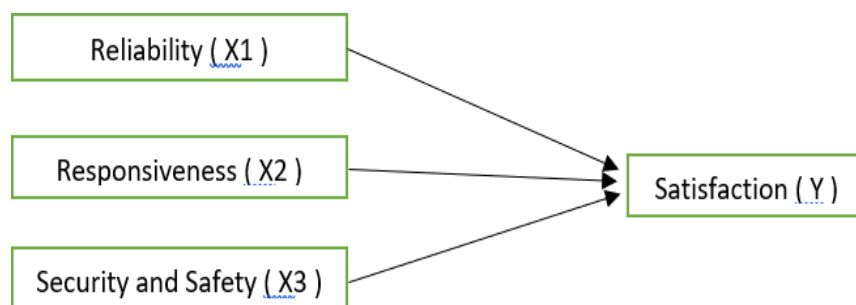
METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini memakai kuantitatif. Teknik pengambilan sampling tersebut yang dipilih untuk melakukan penelitian ini yakni *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* (pengambilan sampel secara acak). Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Solo Raya dengan menggunakan *random sampling*. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia Solo Raya yang mencakup 7 kabupaten yaitu Klaten, Boyolali, Sukoharjo, Surakarta, Wonogiri, Karanganyar, dan Sragen. Sampel dalam penelitian ini ialah responden dengan tolol ukur tertentu yaitu di antaranya :

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Berusia diatas 18 tahun
3. Berdomisili di Solo Raya

Kerangka Berpikir

Tabel 1. Kerangka Berpikir



Sumber : gambar 2.1 Model peneliti (Solichin et al., 2019)

Hipotesis

Berdasarkan gambar diatas bagan bentuk penelitian, hipoteses yang akan diteliti sebagaiberikut:

H1 : Terdapat pengaruh antara *realibility* terhadap *satisfaction* nasabah BSI pada masyarakatSolo Raya.

H2 : Terdapat pengaruh antara *responsiveness* terhadap *satisfaction* nasabah BSI pada masyarakat Solo Raya

H3 : Terdapat pengaruh antara *secutity and safety* terhadap *satisfaction* nasabah BSI pada masyarakat Solo Raya.

H4 : Terdapat pengaruh antara ketiga variable tersebut yaitu *realibility* (X1), *responsiveness*

(X2), *security and safety* (X3) terhadap *satisfaction* nasabah BSI masyarakat Solo Raya(Y).

Ruang Lingkup Penelitian

Penulis melakukan penelitian terhadap nasabah Bank Syariah Indonesia wilayah Solo Raya yang dilakukan pada bulan November tahun 2022. Penelitian ini dilaksanakan di Surakarta Jawa Tengah dan ruang lingkup dalam penelitian ini adalah masyarakat Solo Rayaselaku objek penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai untuk penelitian ini yaitu kuisioner. Kuisioner yaitu Teknik mengumpulkan data dengan cara memberikan sebuah pertanyaan kepada responden agar dijawab (Cussoy et al., 2011).

Metode Analisis Data

Alat uji dalam penelitian dianalisis memakai aplikasi SPSS (*Statistical Program for Social Science*) yang tujuannya untuk menganalisis atau mengetahui pengaruh variabel dependent dan variabel independent dengan menguji menggunakan uji asumsi klasik, yakni normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji korelasi data dengan uji validitas dan reliabilitas, dan pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi, uji t persial dan uji f simultan. Sehingga diperoleh hubungan antara *variable dependent* dan *variable independent* berpengaruh secara langsung.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

***Reliability* (Keandalan)**

Reliability yaitu kesanggupan perusahaan dalam memberi pelayanan dengan benar kepada pelanggan pada waktu pertama kalinya tanpa ada kesalahan dan memberikan jasanya dengan tepat waktu yang telah disetujui dan tentunya juga membagikan berbagai informasi terpaut dengan perbankan lewat berbagai media social (Solichin et al., 2019).

Reliability (kehandalan), melingkupi kesanggupan dalam memberi layanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) serta kemampuan untuk dapat dipercaya (*dependably*), terutama dalam hal memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), yakni cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan oleh bank tanpa adanya kesalahan setiap kali (Sitorus, 2014). Indikator dalam variabel X1 atau *Realibility*, yaitu : Ketepatan dalam layanan, Melayani tepat waktu, Kesesuaian pelaksanaan layanan, Kepedulian terhadap nasabah, Kesungguhan dalam layanan (kareta, 2014).

***Responsiveness* (Ketanggapan)**

Responsiveness yaitu kemauan serta kesanggupan karyawan dalam menolong pelanggan atau nasabah serta menanggapi apa yang diinginkan pelanggan atau nasabah dan memberikan informasi tentang kapan pelayanan akan diberikan, kemudian memberi jasa dengan segera. (Solichin et al., 2019). *Responsiveness* bisa disebut dengan daya tanggap, meliputi keinginan karyawan untuk menolong serta memberi jasa yang nasabah butuhkan.

Jika suatu perusahaan mengacuhkan konsumen menunggu, apalagi tanpa kejelasan informasi dari perusahaan, hal tersebut akan timbul kesan buruk dimana hal itu tidak harusnya terjadi. Terkecuali jika perusahaan menanggapi kesalahan dengan cepat dan tanggap, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang

menyenangkan bagi konsumen, pelanggan atau nasabah (Sitorus, 2014). Indikator dalam Variabel *responsiveness* (ketanggapan) antara lain: kejelasan informasi, kecepatan pelayanan, ketepatan pelayanan, kesediaan membantu, kesediaan membantu, kesediaan menanggapi (Kareta, 2014).

Security and Safety (Keamanan)

Security and Safety yang dimaksud dalam variabel penelitian ini adalah komitmen dan usaha oleh Bank Syariah Indonesia terhadap keamanan kerja kepada karyawan serta keamanan pelayanan kepada nasabah untuk membangun citra bank. Persepsi keamanan berkaitan dengan ancaman yang dapat menciptakan keadaan, kondisi, dan peristiwa yang memiliki potensi dan menjadi sebab akan sulitnya perekonomian melalui sumber data atau jaringan yang mengalami kerusakan pengumpulan dan modifikasi data, penolakan layanan, penipuan dan penyalahgunaan wewenang (Armstrong et al., 2010).

Sementara itu menurut Roca et al. (2009) persepsi privasi yang berhubungan dengan perasaan nasabah tentang adanya kemungkinan jika perusahaan bank mengumpulkan dan menggunakannya data tentang individu secara tidak tepat. Otentikasi memungkinkan suatu kegiatan tertentu yang bisa dapat dilakukan setelah identifikasi, atau terdapatnya jaminan bahwa identitas hanya digunakan untuk urusan tertentu saja, misalnya situs web. Tanpa adanya pencatatan transaksi (*non-repudiation*) mengacu pada prosedur yang melindungi individu atau organisasi untuk menyangkal bahwa mereka telah melakukan operasi (Kinasih & Albari, 2012). Indikator dalam variabel *security and safety*, antara lain: jaminan keamanan, kerahasiaan data, kelayakan peralatan kerja, pelaksanaan prosedur kerja, pengamanan peralatan (Kareta, 2014).

Satisfaction (Kepuasan)

Menurut Tjiptono (2014), *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” dengan arti memadai sedangkan “*facto*” berarti melakukan. Maka kepuasan bisa juga didefinisikan seperti usaha untuk pemenuhan sesuatu atau melakukan sesuatu yang memadai dan sesuai keinginan. Sedangkan menurut Kotler, kepuasan atau *satisfaction* yakni suatu perasaan senang atau kecewa pada seseorang yang timbul yang disebabkan dengan adanya perbandingan yang ditujukan pada produk terhadap ekspektasi.

Kepuasan yang didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong dalam Bangun Kuntoro Harjo dan Asri Laksmi Riani, (2003:128) merupakan ukuran tingkat perasaan seseorang setelah melakukan perbandingan kinerja (hasil) yang mereka rasakan dengan harapannya. Menurut Engel dalam Fandy Tjiptono, (2000:146) mengutarakan bahwasannya kepuasan pelanggan atau nasabah adalah penilaian purnabeli dimana pilihan yang mereka pilih setidaknya membuahkan hasil sama atau melampaui harapan mereka, sedangkan ketidakpuasan akan timbul bila mereka akan memperoleh hasil yang sangat tidak memuaskan dari harapan mereka. (Sriwidodo, 2010).

Jika bank menunjukan pada kepuasan tinggi maka nasabah yang kepuasannya hanyasebatas sedang atau pas, maka nasabah akan lebih cepat untuk merubah pikiran jika mendapatkan penawaran yang lebih baik karena adanya ketertarikan. Kepuasan yang tinggi akan menciptakan kelekatan emosional terhadap produk bank tertentu, bukan hanya dari segi kesukaan atau preferensi rasional, tetapi hasilnya adalah *loyalitas* nasabah yang meningkat (Rahmi, 2012)

Kepuasan nasabah ini menjadi hal yang terpenting bagi perbankan untuk mempertahankan nama baik perusahaan bagi masyarakat luas dan mengembangkan ataupun memajukan dunia perbankan. *Customer* atau nasabah juga berusaha untuk mempunyai produk yang berasal dari perusahaan yang mampu memberikan pelayanan

yang terbaik, karena mereka merasa nyaman dan sesuai dengan yang diharapkan.

Citra kualitas dalam suatu perusahaan yang baik dipandang dari persepsi pelanggan atau nasabah, jadi orientasi kepuasan pelanggan atau nasabah ini akan terus menjadi yang utama dalam visi misi suatu perusahaan (Rahmadiani et al., 2017). Dalam penelitian ini untuk melihat kepuasan nasabah terhadap *service quality* yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia. Indikator dalam variabel *satisfaction* (kepuasan) yaitu, a. kualitas produk, b. kinerja karyawan, c. kualitas layanan, d. emosional, e. biaya (Syariah et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Deskripsi subjek penelitian ini terdiri dari unsur-unsur yang berdasar usia, jenis kelamin, pekerjaan dan domisili. Berdasarkan usia mayoritas responden yang diamati berusia 18-25 tahun terdapat 100 orang (100%). Berdasarkan jenis kelamin terdapat 25 orang laki-laki (25%) dan 75 orang perempuan (75%). Berdasarkan pekerjaan terdapat 90 (90%) sebagai mahasiswa, 3 (3%) sebagai pegawai, 1 (1%) sebagai wirausaha/wiraswasta dan 6 (6%) lainnya. Sedangkan berdasarkan domisili terdapat 12 (12%) berdomisili di Boyolali, 46 (46%) berdomisili di Klaten, 17 (17%) berdomisili di Surakarta, 11 (11%) berdomisili di Sukoharjo, 7 (7%) berdomisili di Sragen, 9 (9%) berdomisili di Karanganyar, 4 (4%) berdomisili di Wonogiri yang digunakan sebagai subjek penelitian.

Uji Korelasi

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R table	R hitung	Keterangan
<i>Reliability</i> (X1)	X1.1	0.1900	0,855	Valid
	X1.2	0.1900	0.860	Valid
	X1.3	0.1900	0.869	Valid
	X1.4	0.1900	0.841	Valid
	X1.5	0.1900	0.839	Valid
<i>Responsiveness</i> (X2)	X2.1	0.1900	0,847	Valid
	X2.2	0.1900	0.833	Valid
	X2.3	0.1900	0.871	Valid
	X2.4	0.1900	0.861	Valid
	X2.5	0.1900	0.857	Valid
<i>Security and</i>	X3.1	0.1900	0.828	Valid

Safety (X3)	X3.2	0.1900	0.862	Valid
	X3.3	0.1900	0.877	Valid
	X3.4	0.1900	0.881	Valid
	X3.5	0.1900	0.868	Valid
Satisfaction (Y)	Y1.1	0.1900	0.846	Valid
	Y1.2	0.1900	0.821	Valid
	Y1.3	0.1900	0.880	Valid
	Y1.4	0.1900	0.819	Valid
	Y1.5	0.1900	0.823	Valid

Sumber : Data diolah 2022

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data primer yang digunakan bisa sesuai dengan sasaran yang akan dituju (kareta, 2014). Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil uji validitas membuktikan nilai koefisien korelasi (r hitung) pada semua pernyataan tersebut lebih besar dari r tabel (0.1900) membuktikan bahwasannya variabel persepsi *reliability*, presepsi *responsiveness*, dan presepsi *security and safety* dikatakan valid dalam uji validitas.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Reliability (X1)	0,904	Reliabel
Responsiveness (X2)	0,906	Reliabel
Security and Safety (X3)	0,914	Reliabel
Satisfaction (Y)	0,893	Reliabel

Sumber : Data diolah 2022

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa presepsi *reliability*, presepsi *responsiveness*, presepsi *security and safety*, dan presepsi *satisfaction* dimana terdapat 5 buah pernyataan mempunyai koefisien Alpha Cronbach lebih besar dari 0.600 yang artinya bahwasannya presepsi *reliability*, presepsi *responsiveness*, presepsi *security and safety*, dan presepsi *satisfaction* adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Test Statistic	.164 ^e
Asymp. Sig. (2-tailed)	

Sumber : Data diolah 2022

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya nilai residual. Uji statistic non parametrik Kolmogorof Smirnov (K-S) dapat diketahui jika nilai sig (2-tailed) lebih besar daripada 0,05 maka data berdistribusi normal (Ghozali, 2011:165). Dari table diatas dapat diketahui bahwa nilai sig sebesar 0.164, maka dapat disimpulkan data residual berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai VIF	Keterangan
Reliability	6.526	Tidak Terjadi
Responsiveness	7.875	Tidak Terjadi
Security and Safety	4.908	Tidak Terjadi

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas menyatakan bahwasannya nilai VIF variabel *reliability* (X1) sebesar 6.526, *responsiveness* (X2) sebesar 7.875, *security and safety* (X3) sebesar 4.908. Maka bias diambil kesimpulan bahwa nilai VIF pada variabel *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *security and safety* (X3) sebesar kurang dari nilai kritis VIR sebesar 10 dan dalam model regresi dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	T	Sig
Reliability	0.1387	0.168
Responsiveness	-0.367	0.714
Security and Safety	-0.1996	0.049

Sumber : Data diolah 2022

Uji heteroskedastisitas, dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwasannya nilai p value masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0.05. Maka dari itu bias diambil kesimpulan model regresi yang diajukan di penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square
1	0.928 ^a	0.862

Sumber : Data diolah 2022

Hasil analisis regresi juga memperlihatkan bahwasannya besarnya kontribusi variabel-variabel independent yaitu *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *security and safety* (X3) terhadap variabel dependen yakni *satisfaction* (Y), menunjukkan besarnya koefisien determinasi (Rsquared) sebesar 0.862 atau 86,2%. Besarnya *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *security and safety* (X3) terhadap variabel dependen yaitu *satisfaction* (Y) 86,2% . dan sisanya 13,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak teliti dalam penelitian ini.

Uji T (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji T (Parsial)

Model	t	Sig.
(Constant)	2.053	.043
Reliability	3.587	.001
Responsiveness	1.596	.114
Security and Safety	5.683	.000

Sumber : Data diolah 2022

Dalam penelitian ini, besarnya pengaruh masing dari variabel independen (presepsi *reliability*, presepsi *responsiveness*, presepsi *security and safety*) terhadap variabel dependen (*satisfaction*) dapat dilihat melalui nilai dari signifikan dari tiap variabel.

1. Dalam penelitian ini, variabel persepsi *reliability* (keandalan) (X1) berpengaruh terhadap *satisfaction* karena memiliki nilai signifikan sebesar $0.001 < 0.05$ atau nilai t hitung $3.587 > t$ tabel 1.900 jadi H0 ditolak dan Ha diterima.
 2. Variabel persepsi *responsiveness* (ketanggapan) (X2) tidak berpengaruh terhadap *satisfaction* (kepuasan) penelitian ini karena memiliki nilai signifikan sebesar 0.114 > 0.05 atau nilai t hitung $1.596 < t$ tabel 1.900 jadi H0 diterima dan Ha ditolak.
 3. Variabel persepsi *security and safety* (keamanan) (X3) berpengaruh terhadap *satisfaction* (kepuasan) penelitian ini karena memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 < 0.05 atau nilai t hitung $5.683 > t$ tabel 1.900 jadi H0 ditolak dan Ha diterima.
3. Uji F (Simultan)

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

Model	F	Sig.
Regression	214.419	.000 ^b
Residual		
Total		

Sumber : Data diolah 2022

Artinya berdasarkan dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai f hitung sebesar 214.419 dengan nilai sig f $0,00 < 0,05$ maka H0 ditolak H1 diterima. Artinya dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, dan *security and safety* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (*satisfaction*).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dilihat dari uji f (simultan) dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Reliability*, *Responsiveness* dan *Security and Safety* dengan *costumer satisfaction* (kepuasan nasabah). Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Reliability* dengan *costumer satisfaction* (kepuasan nasabah). Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Responsiveness* dengan *costumer satisfaction* (kepuasan nasabah). Namun, secara persial tidak adanya pengaruh signifikan antara *responsiveness* terhadap *satisfaction*. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Security and Safety* dengan *costumer satisfaction* (kepuasan nasabah).

DAFTAR PUSTAKA

- Azkiya, B. M., Tanjung, H., & Gustiawati, S. (2021). Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 84–95. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.635>
- Baviga, R. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG DAPAT MEMPENGARUHI PENGELOLAAN KEUANGAN DESA KECAMATAN SIULAK MUKAI KABUPATEN KERINCI. *JURNAL CAFETARIA*, 4(1), 1-19.
- Cussoy, C., Puspita, I. P., Hariyanto, A., Perhotelan, M., & Petra, U. K. (2011). *Analisis pengaruh*. 24–37.
- Desi, D. E., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh Keterampilan Kerja, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Kota Sungai Penuh. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 260-270.
- Ernita, D., & Arahap, E. F. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Pengetahun Pajak Dan Kualitas Layanan Fiskus Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kota Sungai Penuh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(3), 916-929.
- Hasan, A. (2021). Pengaruh Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance Jasa Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pengguna BPJS pada Puskesmas Sungai Sariak Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 11(1), 85. <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v11i1.200>
- kareta, L. B. (2014). Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy,. *Jurnal Administrasi Publik Dan Birokrasi*, 1(3), 96–116.
- Kinasih, B. S., & Albari, A. (2012). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art3>
- Lestari, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Study kasus pada Objek Wisata Budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor*, 10, 153-166.
- Maryanto, M. (2023). The effect of profitability, managerial ownership and funding decisions on the company value of pt. Media nusantara citra tbk. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 2(01), 179-188.
- Metayunika, V. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible , Reliability , Responsiveness , Assurance , Dan Emphaty) Terhadap Kepuasan (Studi Pada Dealer Mitsubishi PT Bumen Redja Abadi Semarang)*, Skripsi.
- Putri, N. L. A. (2022). Pengaruh Kinerja Bank Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Pasca Merger. *Wadiah*, 6(2), 120–140.
- Putri, O. H. (2023). Peta Perbandingan Kemampuan Keuangan Daerah pada Pemerintahan Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 191-197.
- Rahmi, Y. (2012). Analisis Pengaruh Strategi Service Recovery Yang Dilakukan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kota Semarang. *Jurnal Stie Semarang*, 4(2), 3.

- Rahayu, S., & Yadewani, D. (2023). Analisis Tipologi Sektor Ekonomi Potensial Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(3), 907-915.
- Sholichah, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi. *Skripsi*, 90.
- Sitorus, M. (2014). Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangibles Terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Studi Kasus Kantor Pelayanan Terpadu Kota Dumai). *Jurnal Borneo Administrator*, 5(1), 1–15.
- Siswadhi, F. (2023). The influence of transformational leadership and organizational capital on knowledge management with knowledge sharing as a moderating variable. *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(5), 970-980.
- Solichin, M., Rasyidi, & Halimatusa'diah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 8(Vol 8, No 2 (2019): JULI 2019), 38–47.
- Sriwidodo, U. (2010). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(2), 164–173.
- Sumiati, N. K., Sanjaya, P. K. A., & Swara, N. N. A. A. V. (2021). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Jasa Pengiriman Jalur Darat Pada PT . Bali Semesta Agung Express di Denpasar. *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 443–456.
- Supra, E., & Hendarsyah, D. (2022). *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam ISSN : 2579-6208 (Online) Determinan Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia*. 10, 33–50.
- Syariah, B., Bsi, I., & Bank, N. (2022). *Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia*. 8(03), 2501–2510
- Syofya, H. (2022). Model Persamaan Simultan Ekspor dan Inflasi Negara Malaysia. *Journal on Education*, 5(1), 547-554.