

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. SINARMAS MULTIFINANCE CABANG SORONG**Oleh :****Emilia Dian Iriany,**

Ekonomi / Manajemen, Universitas Kristen Papua Sorong

Email : dianemilia53@gmail.com

Andrey Maryen,**Agnes Banea**

Ekonomi/ Universitas Kristen Papua Sorong

Article Info*Article History :**Received 16 Nov - 2022**Accepted 25 Nov - 2022**Available Online**30 Nov – 2022***Abstract**

This research aims to determine the quality of service to customer satisfaction of PT.Sinarmas Multifinance which can be measured by :1. Tangibles , 2. Reliability, 3.Responsiveness 4.Asurance, 5.Emphaty. This research uses a quantitative research approach with an observation approach and the distribution of questionnaires ,with a sampel of 50 customers of PT.Sinarmas Multifinance Sorong City barnch. Using data analysis techniques : 1.simple linear regression analysis, 2. T test, 3.test the coefficient of determination (R^2). The result of linear regression analysisi obtained the aquation $Y = 5.675 + 0.695 X$. where $a = 5.675$ is a constant value,assuming that if the service increases by 1,there is an increase in customer satisfaction value of 0.695. The results of the analysis $r^2 = 0.506$ or 50.6%, which means that customer satisfaction is 50.6% influenced by the quality of service to customer of PT.Sinarmas Multifinance Sorong City branch ,while the remaining 49.4% is determinend by other variables not examinend in this study.

*Keyword :**service quality, customer satisfaction***I. PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi saat ini, persaingan pada dunia usaha semakin ketat. Suatu produk yang diterima dan yang akan bertahan dalam kompetensi pasar adalah produk yang dapat memberikan kepuasan maksimal pada konsumen. Selain harga, bentuk, dan kualitas produk dan layanan, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan juga menjadi salah satu faktor yang memotivasi konsumen untuk membeli. Konsumen menjadi loyal ketika merasa puas dengan layanan perusahaan (Wirdayani, 2017)

Dimasa sekarang tuntutan terhadap penyelenggaraan pelayanan dewasa ini semakin ketat meningkat.hal ini dapat dilihat adanya peningkatan layanan masyarakat yang dilakukan oleh instansi pemerintah maupun perusahaan swasta yang bergerak dibidang jasa pelayanan, pelayanan adalah aktivitas atau kegiatan yang di tawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada pelanggan atau

nasabah,yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.pelayanan merupakan bagian dari beberapa rangkain aktivitas yang di peruntukan kepada orang yang membutuhkan pelayanan, (Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, 2021)

PT.Sinarmas *Multifinance* adalah perusahaan yang bergerak di bidang pembelian yang pengalihan piutang,sewa guna usaha atau penyediaan barang modal,dan pembiayaan kebutuhan konsumen. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1985.perusahaan ini bernaung pada induk usaha sinarmas dengan produk utama nya adalah pembiayaan pembelian mobil,sepeda motor serta pabrik. Hingga saat ini cabangnya sudah mencapai 126 cabang yang terbesar diseluruh Indonesia.

Perusahaan PT. Sinarmas multifinace cabang Sorong mempunyai dua pembiayaan yaitu : *kredit multiguna,dan refinancing*. Dengan memperhatikan kondisi saat ini, PT.Sinarmas *Multifinance* perlu

memperbanyak penjualan dan menarik perhatian masyarakat dengan share informasi tentang jaminan BPKB, memperbanyak sosialisai ke kelompok-kelompok masyarakat yang sudah kuat. Selain itu perlu juga pendampingan bina hubungan saling percaya antara perusahaan, Untuk meningkatkan penjualan yang baik karyawan harus menjaga hubungan yang baik dan memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabah maupun calon nasabah. Karena masyarakat lebih menuntut pelayanan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhannya.

Hal ini menjadi tantangan terbesar yang dimiliki oleh PT. Sinarmas *Multifinace* Cabang Sorong yakni peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah dan menjaga agar pelanggan tidak meninggalkan perusahaan tersebut atau berpaling ke perusahaan dibandingkan penawaran perusahaan lain.

Di karenakan Kualitas pelayanan merupakan salah satu jaminan terbaik untuk menciptakan dan mempertahankan kesetiaan konsumen atau sebagai benteng pertahanan dalam menghadapi persaingan global. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan, maka semakin baik pula persepsi/ penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang di tawarkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang di gunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja jasa suatu perusahaan dibanding dengan penawaran perusahaan lain. (Anna Fijratui Latifah dan Mohamad Bashri Asy'ari, 2021)

Semakin tinggi tingkat persaingan dalam usaha mengharuskan pihak manajemen selalu melakukan inovasi untuk mempertahankan konsumen-konsumen yang setia sehingga menjadi konsumen yang loyal. Mempertahankan konsumen yang ada lebih baik dari pada mencari konsumen yang baru dan yang harus dilakukan perusahaan adalah menciptakan konsumen yang loyal. Kualitas pelayanan juga memberikan suatu dorongan kepada nasabah, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. ikatan ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah Dengan pengalaman peneliti melakukan magang selama 2 bulan di PT. Sinarmas Multifinance cabang sorong, peneliti dapat melihat adanya beberapa kendala saat karyawan memberikan pelayanan kepada nasabah / calon nasabah dalam proses

pencairan dana. Kendala yang sering terjadi yaitu, nasabah tidak memenuhi persyaratan awal berupa surat identitas diri yang jelas, dan nasabah mempunyai riwayat kredit yang jelek (*beacheking*). Sehingga perusahaan tidak bisa memenuhi permintaan nasabah/calon nasabah dengan proses yang cepat..serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah yang menyenangkan, dan meminumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan perusahaan yang kurang memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks.

Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Sinarmas Multifinance Cabang Sorong dengan adanya berbagai masalah yang dapat di teliti seperti beberapa Nasabah yang berpaling keperusahaan jasa pembiayaan lainnya dan ketidak lanjutan Nasabah untuk menggunakan jasa pembiayaan di PT. Sinarmas Multifinance Cabang Sorong.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengertian Kualitas Pelayanan

Sebuah perusahaan jasa harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan berada di atas saingan dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen. Perusahaan juga harus memahami apa kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Deka Veronika, 2017)

Menurut Tjiptono & Chandra (2011:164), konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang berdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain adalah fitur spesifik dari produk atau layanan, dan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa baik produk atau layanan sesuai dengan persyaratan. atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya". Maka dengan itu yang dimaksud kualitas adalah apabila beberapa faktor dapat memenuhi harapan konsumen seperti kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumberdaya manusia proses dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan. Berdasarkan definisi diatas maka disimpulkan, "Kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam

memenuhi harapan pelanggan (Novia Susanti, Arsyad Syahrian, 2019)

Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik (Aria & Atik, 2018:16). Hakikatnya pelayanan Prima (Doni, 2017:134) adalah memberikan pelayanan yang dianggap terbaik sesuai dengan standar yang di tentukan atau melebihi standar pelayanan sebagai suatu kondisi yang dinamis, yang berhubungan dengan jasa/produk, manusia serta proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan¹. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik Menurut Tjiptono (2019:59) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian. atas tingkat keunggulan tersenut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Heri Erlangga, 2021)

Kotler dan Keller (2012) dan Syafarudin (2020) menyatakan kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Fajrini Erinawati, Afriapolo Syafarudin, 2021)

Berdasarkan definsi para ahli diatas. bahwa kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen.

Indicator Kualitas Pelayanan

Adapun yang mencapai indikator penelitian ini pada variabel kualitas pelayanan Menurut (Atmaja 2018;51 dalam Mauli Siagian, Jeani 2020), yakni : 1.*Tangibles* (bukti langsung); *Tangible* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal ,penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang mengikuti fasilitas fisik (gedung,gudang dll) perlengkapan dan peralatan yang

dipergunakan (Teknologi) penampilan pegawainya; (2) *Reliability* (kehandalan) *Reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal, dan kinerja yang memenuhi harapan pelanggan. ketepatan waktu, memastikan bahwa semua pelanggan menerima layanan yang sama, dan memberikan secara akurat dengan cara yang ramah. (3) *Responsiveness* (daya tangkap); *Responsiveness* yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (**RESPONSIVE**) dan tepat pada pelanggan, dengan penyampain informasi yang jelas. Membiarkan menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan. (4) *Assurance* (jaminan) *Assurance* yaitu Pengetahuan, kesopansantunan. dan kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan; (5) *Emphaty* (empati); *Emphaty* Ini berarti memberi pelanggan Anda perhatian yang jujur dan pribadi atau pribadi dan berusaha memahami apa yang diinginkan konsumen. Ketika sebuah bisnis diharapkan memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang pelanggannya, memahami kebutuhan mereka secara akurat, dan menyediakan jam kerja yang nyaman bagi mereka.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut (Armised ,1996), kepuasan adalah : sebuah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen .esudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek,mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakan serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut merasa tidak dipuaskan, mereka Beli merek dan mengajukan keberatan pada produsen, pengecer, dan bahkan menceritakan untuk konsumen lain. Kepuasan konsumen sangat berharga untuk mempertahankan kehadiran konsumen untuk mempertahankan bisnis atau operasi tetap berjalan (M.Khoirul, Fety Rahayu, Sri Mulyani, 2018)

Kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila terdapat kesesuaian antara apa yang diharapkan oleh pelanggan dengan kenyataan yang di dapat. Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian

antar tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang di rasakan setelah pemakaian. Salah satu faktor yang memuaskan konsumen atau pelanggan adalah persepsi mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa yaitu ketanggapan,kehandalan,empati,jaminan,dan bukti langsung Menurut Richard L.Oliver dalam Tjiptono & Diana (2018,hlm 16),kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan.kepuasan pelanggan dikatakan sebagai sebuah respon pengalaman penggunaan,dan seterusnya,respon tersebut terjadi pada waktu saat setelah produk digunakan ,pengalaman akumulatif,atau setelah produk jasa tersebut di pilih (Tjiptono & Chandra,2012)

Peranan setiap individu dalam pemberian service sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk (Arief,,2007:166). Berikut konsepnya kepuasan pelanggan menurut beberapa ahli (Abin Saripudin, Wawan Okriawan, Nunung Kurniasih, 2021): (1) Menurut (Kotler,2000) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang dia rasakan terhadap harapannya. (2) Menurut Richard,F.Gerson (Arief,2005:167) kepuasan pelanggan adalah jika harapannya terpenuhi atau terlampaui. (3) Wikkie (Tjiptono, 2007:349) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.kepuasan pelanggan terjadi setelah produk atau jasa di konsumsi atau di belinya .pelanggan akan memutuskan apakah mereka akan menggunakan kembali produk atau jasa tersebut.

Menurut Kottler (2004:10) menyatakan bahwa kepuasan nasabah yaitu tingkat dimana anggapan kinerja (*Perceived Pervormance*) produk akan sesuai dengan harapan seseorang pelanggan. Sedangkan menurut Boonlertvan ich (2011 : 40-54) menjelaskan tentang peran kepuasan nasabah telah di anggap sebagai penentu dasar perilaku konsumen jangka panjang. Nasabah yang puas,rasa puas yang terbentuk tidak hanya akan berdampak pada perilaku saat ini,tetapi juga berdampak perilaku dan sikap pada masa mendatang komitmen jangka panjang dan loyalitas dapat terbentuk jika pelanggan puas

secara terus menerus atas produk atau jasa yang diterima (Akhmad Darma Putera, Juhriansyah Dalle, Muhammad Riduansyah, 2021)

Faktor yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan/nasabah

Menurut Oktaviana Vivi P, Tantri Widiastuti, Suhaji, 2021) (1) Kualitas produk apabila perusahaan ingin bertahan dalam persaingan maka perusahaan harus memperhatikan kualitas produk;(2) Kualitas jasa kualitas pelayanan ini merupakan faktor yang terdiferensiasi Diver Popular dalam kualitas jasa adalah *SERQUAL* yaitu : *tangible,realibility*, pelanggan akan merasa puas apabila memperoleh jasa yang sesuai dengan yang di harapkan; (3) Emotional faktor emotional faktor merupakan faktor pendorong kepuasan pelanggan yaitu *selft expressive value, estetika dan brand personality*; (4) Harga dengan harga murah pelanggan mendapatkan volue for money yang tinggi tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik bagi pelanggan tidak sensitive terhadap harga maka harga murah tidak terlalu penting; (5) Biaya atau kemudahan pelanggan akan puas apabila relative mudah.nyaman dan efesien dalam mendapatkan.

Indicator Kepuasan Pelanggan

Menurut Rondonuwu dan Komaling dalam jurnal Purnomo Edwind Setyo (2017) kepuasan Konsumen di ukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan pelanggan, yaitu (1) Terpenuhi harapan konsumen konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari sebuah produk barang atau jasa. (2) Merekomendasikan kepada pihak lain Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang di peroleh dari suatu kualitas produk yang di tawarkan oleh perusahaan; (3) Kualitas layanan; Dapat di wujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen. (4) Loyal; Konsumen memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu,yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi; (5)Lokasi Tempat dimana Perusahaan memperjual belikan produk barang/jasa yang ditawarkan kepada konsumen tertentu.

Hipótesis

Rumusan hipotesis sebagai berikut :

Ho : tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT.SINARMAS *Multifinance* Cabang Sorong.

Ha : terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT.SINARMAS *Multifinance* Cabang Sorong.

3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah jumlah nasabah PT. SINARMAS *Multifinance* Cabang Sorong. Pada Tahun 2020- 2021 yang berjumlah 200 Nasabah. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya pekerjaan,usia,jenis kelamin,dan pendidikan.penelitian ini terhadap populasi diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya memberikan kuisisioner pada nasabah PT. SINARMAS *Multifinance* Cabang Sorong. Sedangkan sampel dalam penelitian ini Dalam penelitian ini sampel yang di ambil berjumlah 50 orang Respondent yang mewakili nasabah dari Tahun 2020-2021, yang menggunakan jasa pembiayaan di PT. SINARMAS *Multifinance* yang ada di Kota Sorong. teknik dalam pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan *convenience sampling*, dimana *convenience sampling* merupakan metode pemilihan sampel yang dapat dilakukan berdasarkan kemudahan menemui respondent

Teknik Analisis Data

Uji Validitas; Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid .alat ukur yang dimaksud di sini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam Kuesioner

$$r^{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r^{xy} = koefisien korelasi person antar item yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan

X = jumlah nilai total

Y = jumlah nilai butir

N = jumlah respondent dalam uji coba instrument

Uji Reabilitas; Reliabilitas adalah menguji kekonsistenan jawaban responden. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka,biasanya sebagai koefisien,semakin tinggi koefisien maka reabilitas atau konsistensi jawaban responden tinggi. Pengukuran reabilitas yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah memakai analisis dengan uji statistic *cronbach alpha*.apabila variabel yang di teliti mempunyai nilai *cronbach alpha*. >0,60 maka dikatakan reliable,namun sebaliknya *cronbach alpha* <0,60 maka variabel tersebut dikatan tidak reliable.

Regresi Linear Sederhana; Analisis Regresi Linear Sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu Variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam regresi,Variabel independent menerangkan variabel dependennya.Dalam analisis regresi Sederhana,hubungan antar variabel bersifat linear,dimana perubahan variabel X akan diikuti oleh perubahan variabel Y secara tetap. Sementara pada hubungan non Linear,perubahan variabel X tidak diikuti variabel Y secara proposional. Persamaan regresi sederhana yang di pakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

X = Kualitas Pelayanan

a = Konstant

b =Kofesien regresi yang hendak ditafsirkan

Uji t-test; Uji t-test adalah salah satu metode pengujian dari uji statistic parametrik.Menurut Ghozali [12], uji stasistik t adalah suatu uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependen.penguji stasistik t atau t-test ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (x=5%).

Rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut adalah:

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}}$$

Keterangan :

r = korelasi

n = banyaknya sampel

t = tingkat signifikansi t hitung selanjutnya di bandingkan dengan t

Penerimaan atau penolakan uji hipotesis ini dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- (a) Jika t hitungan > t tabel, dan sig < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima;
- (b) jika t hitungan < t tabel, dan sig > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak;
- (c) taraf signifikansi = 5%;
- (d) Derajat Kebebasan (df) = n-2

Uji koefisien determinasi (R²); Koefisien determinasi pada penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangi variabel terkait. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin baik variabel-variabel independent dalam memberikan informasi yang di butuhkan untuk dapat memprediksi variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2016)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mendapatkan deskripsi data dari kuesioner yang didapatkan dari 50 responden maka selanjutnya akan melakukan analisis data dengan aplikasi SPSS 25.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan aplikasi SPSS 25. Terdapat beberapa syarat pengambilan keputusan, dimana jika nilai dari Sig. bernilai lebih kecil atau < 0.05 dan nilai r hitung > r tabel maka data yang digunakan dianggap valid.

NO	VARIABEL X	r-tabel	r-hitung	Ket
1	Pertanyaan 1	0,279	0,835	Valid
2	Pertanyaan 2	0,279	0,835	Valid
3	Pertanyaan 3	0,279	0,806	Valid
4	Pertanyaan 4	0,279	0,796	Valid
5	Pertanyaan 5	0,279	0,799	Valid
NO	VARIABEL Y	r-tabel	r-hitung	Ket
1	Pertanyaan 1	0,279	0,820	Valid
2	Pertanyaan 1	0,279	0,774	Valid
3	Pertanyaan 1	0,279	0,835	Valid
4	Pertanyaan 1	0,279	0,715	Valid
5	Pertanyaan 1	0,279	0,754	Valid

Berdasarkan dengan hasil olah data spss didapatkan bahwa seluruh indikator yang digunakan pada variabel Kualitas Pelayanan (X) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai Sig. (Signifikansi) di bawah atau < 0.05 dan nilai r hitung > r tabel yang berarti seluruh indikator dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas ini peneliti menggunakan aplikasi SPSS 25. Terdapat beberapa syarat pengambilan keputusan, dimana jika nilai dari Cronbach's Alpha > 0.60 maka data yang digunakan dapat dikatakan reliabel.

Variabel	CA	Ketentuan
Variabel x	0,871	0,60
Variabel y	0,836	0,60

Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	5.675		
	Total	.695	.099	.711	7.010	.000

a. Dependent Variable: TOTAL

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh koefisien X sebesar 0,695 dan konstanta sebesar 5,675. Maka, dapat digambarkan bentuk hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam bentuk persamaan regresi linear yaitu:

$$Y = 5,675 + 0,695 X$$

Persamaan tersebut memberikan arti bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dengan kata lain jika nilai dari variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 maka terdapat kenaikan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,695.

Uji t

Dalam uji t ini peneliti akan menguji hipotesis yang telah ditentukan apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan syarat pengambilan keputusan jika nilai Sig. (Signifikansi) memiliki nilai lebih kecil atau < 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Berikut merupakan hasil uji T.

Berdasarkan dengan Tabel diperoleh bahwa nilai Sig. (Signifikansi) sebesar 0.007 yang berarti lebih kecil atau < 0.05 yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan $t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-1 = t(0,025 ; 49) = 2.010$. Berarti nilai thitung lebih besar dari t_{tabel} ($7.010 > 2.010$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti kualitas pelayanan (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Variabel kepuasan pelanggan (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.506	.496	2.035

Berdasarkan kriteria di atas dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada nasabah PT. Sinarmas *Multifinance* cabang Sorong tergolong cukup kuat guna menentukan pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada nasabah PT. Sinarmas *Multifinance* cabang Sorong. Dapat digunakan koefisien determinasi (r^2). Karena $r_{xy} = 0,771$ maka koefisien determinasi atau R square = 0,506 atau 50,6%. Hal ini berarti bahwa Kepuasan Pelanggan sebesar 50,6% dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan pada nasabah PT. Sinarmas *Multifinance* cabang Sorong, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 49,4% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan dengan analisis data di atas didapatkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Hal tersebut terlihat dari hasil uji validasi, dimana seluruh nilai Sig. (Signifikansi) bernilai lebih kecil dari 0,05 serta nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60 sehingga data yang digunakan juga dapat dikatakan reliabel. Terkait dengan analisis regresi linier sederhana didapatkan persamaan, yaitu : $Y = 5,675 + 0,695X$. Persamaan tersebut memberikan arti bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki

pengaruh positif dengan kata lain jika nilai dari variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 maka terdapat kenaikan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,695.

Selanjutnya untuk mengetahui apakah pengaruh yang diberikan dari analisis regresi linier sederhana tersebut signifikan maka dilakukan uji t (parsial) berdasarkan dengan analisis didapatkan nilai Sig. (Signifikansi) dengan analisis didapatkan nilai Sig. (Signifikansi) $0.007 < 0.05$ dan thitung $7.010 > t_{tabel} 2.010$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Kualitas Pelayanan (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Dari perhitungan koefisien determinasi diketahui bahwa pengaruh variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 50,6%. dengan kelebihan 49,4% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel kualitas pelayanan pada nasabah PT. Sinarmas *Multifinance* cabang Sorong.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan dengan hasil dan pembahasan di atas maka didapatkan kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu : (1) Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada nasabah PT. Sinarmas *Multifinance* cabang Sorong. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan, H_a diterima dan H_0 ditolak dimana pada nilai signifikan $0,007 < 0,05$ dan $t_{hitung} 7.010 >$ dari $t_{tabel} 2.010$; (2) Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini, koefisien determinasi total menunjukkan nilai sebesar 50,6%. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa terdapat hubungan cukup kuat dimana 50,6% perubahan dari variabel dependen yang dalam hal ini adalah Kepuasan Pelanggan pada nasabah PT. Sinarmas *Multifinance* cabang Sorong. Sedangkan sisanya sebesar 49,4% dijelaskan oleh *error term* dan variabel-variabel lain yang juga turut mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

6. REFERENSI

- Erinawati, Fajrini, and Afriapollo Syafarudin, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan', *Ilmu Amnajemen Dan Kewirusahaan*, 1.10.46306 (2021), 136
- Erlangga, Heri, Nurjaya Nurjaya, Denok Sunarsi, Mahnun Mas'adi, and Jasmani Jasmani, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro', *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1.4 (2021), 464 <<https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13383>>
- Fetty Rahayu Sri Mulyani, M. Hufron, M. Khoirul ABS, 'E-Jurnal Riset ManajemenPRODI Manajemen Pengaruh Penerapan Marketing Syariah, Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bprs Bumi Rinjani Kepanjen Malang', *Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang*, 2018, 62–76 <www.fe.unisma.ac.id>
- Janna, N. M, 'Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS', *Artikel : Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar*, 18210047, 2020, 1–13
- Jeany, Mauli Siagian., 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa', *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 7.3 (2020), 330–41
- K, Tampanguma Indri, Kalangi Johny A, and Walangitan Olivia, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado', *Productivity*, 3.1 (2022), 7–12
- Latifah, Anna Fijriatul, and Mohammad Bashri Asy'ari, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Multy Payment Online (MPO) Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jokotole Pamekasan', *Mabny : Journal of Sharia Management and Business*, 1.01 (2021), 14–29 <<https://doi.org/10.19105/mabny.v1i01.4630>>
- Magdalena, Riana, and Maria Angela Krisanti, 'Analisis Penyebab Dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik Dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test Di PT.Merck, Tbk.', *Jurnal Tekno*, 16.2 (2019), 35–48 <<https://doi.org/10.33557/jtekno.v16i1.623>>
- Mahira, Prasetyo Hadi, and Hedi Nastiti, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome', *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2.1 (2021), 1267–83
- Muhartini, Ajeng Afifah, Oman Sahroni, Septi Dwi Rahmawati, Tanti Febrianti, and Isnaini Mahuda, 'Analisis Peramalan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Menggunakan Metode Regresi Linear Sederhana', *Jurnal Bayesian : Jurnal Ilmiah Statistika Dan Ekonometrika*, 1.1 (2021), 17–23 <<http://bayesian.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/2>>
- Mulyapradana, Aria, Ary Dwi Anjarini, and Harnoto Harnoto, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Tempo Cabang Tegal', *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3.1 (2020), 26–38 <<https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.115>>
- P, Oktaviana Vivi, Tantri Widiastuti, and Suhaji Suhaji, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah', *Jurnal Ilmiah Aset*, 23.1 (2021), 53–62 <<https://doi.org/10.37470/1.23.1.177>>
- Pujaastawa, Ida Bagus GDE, 'Teknik Wawancara Dan Observasi Untuk Pengumpulan Bahan Informasi', *Universitas Udayana*, 2016, 4
- Purwanto, Nfn, 'Variabel Dalam Penelitian

- Pendidikan', *Jurnal Teknodik*, 6115 (2019), 196–215
<<https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>>
- Putera, Akhmad Darma, Juhriyansyah Dalle, and Muhammad Riduansyah Syafari, 'Nasabah Penabung Aktif Pt Bank Bukopin Cabang', 10.2 (2021)
- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, 'Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan', *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6.1 (2021), 54–57
<<https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>>
- Sahir, Syafrida Hafni, *Metodologi Penelitian*, 2021
<<http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/16455>>
- Saripudin, Abin, Wawan Oktriawan, and Nunung Kurniasih, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid', *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2.01 (2021), 48–57
<<https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.03>>
- Septiana, Nadia Mauliditta, Dwi Wahyu Artiningsih, and Hairudinor Hairudinor, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Pt Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera)', *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10.2 (2021), 24
<<https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10955>>
- Sugiyono, D., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, 2013
- Susanti, Novia, and Arsyad Syahrin, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang)', *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)*, 1.1 (2019), 55
<<https://doi.org/10.32493/jfb.v1i1.y2019.p55-62>>
- Veronica, Deka, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Journal Development*, 5.1 (2017), 55–69
<<https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>>
- Wirdayani, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru', *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2.1 (2017), 51–66
<<http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/78>>