

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

a. Sejarah singkat berdirinya BPRS Bhakti Sumekar

Dikeluarkannya Undang-undang No. 22 tahun 1999 tentang pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai daerah otonom, maka kewenangan otonom saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan segala urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikut perangkatnya. Serta untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Untuk memenuhi maksud dan tujuan di atas Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidoarjo yaitu PT. BPR DANA MERAPI untuk kemudian di relokasi ke Kabupaten Sumenep. Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. BPR Dana Merapi Pemkab Sumenep membuat Momerandum of Understanding (MOU) dan surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Kabupaten Sumenep Nomor 910/608b/435.304/200-1011/BM/PKS/XII/2001 yang ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan PT Bank Syariah Muamalat Indonesia, Tbk pada tanggal 27 Desember 2001.

Dalam MOU tersebut pihak PT Bank Muamalat sebagai pelaksana dalam proses pengambilalihan BPR serta bertanggung 1 Imam Baihaki, Latar Belakang, Riwayat Perusahaan, Diakses dari <https://bhaktisumekar.co.id>, pada tanggal 12 Maret 2020 pukul 9:22 48 jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perijinan, rekrutmen, pelatihan dan pembinaan.⁹⁷

PT. BPR DANA MERAPI merupakan perusahaan yang diakuisisi oleh Pemerintah Kabupaten Sumenep dan merupakan perusahaan asal berdirinya PT. BPRS Bhakti Sumekar. Perusahaan asal tersebut didirikan berdasarkan akta notaris Yanita Poerbo SH No 64 tanggal 30 Juli 1992 dan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan nomor C2-392.HT.01.01.TH 1993 tanggal 22 Januari 1993, serta telah didaftarkan di kantor Pengadilan Negeri Sidoarjo dengan nomor 41/30/PT-1993 tanggal 6 Pebruari 1993. Rencana akuisisi dari Pemerintah Kabupaten Sumenep telah memperoleh rekomendasi dan persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep tanggal 19 Nopember 2001 dengan nomor 910/953/435.040/2001 dan telah disetujui pula oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 Pebruari 2002 dengan Surat Persetujuan Nomor 4/5/DPBPR/P3BPR/Sb.

Dalam perkembangannya PT. BPR Dana Merapi telah mengalami perubahan nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar dengan Akte Nomor 24 tanggal 16 September 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto, SH notaris di Sidoarjo dan Persetujuan dari Bank Indonesia no.04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 Nopember 2003. Dan mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan

⁹⁷ PT. BPRS Bhakti Sumekar, "Sejarah Berdirinya Bhakti Sumekar" BPRS Bhakti Sumekar, diakses dari <https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/#latar>, pada 29 April 2024, pukul 11.36 WIB.

HAM RI, No. C-19351 NT.01.04 tahun 2002 tanggal 08 Oktober 2002 tentang Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas. Selanjutnya untuk mengukuhkan pendirian PT. BPRS Bhakti Sumekar – Sumenep, Pemerintah kabupaten Sumenep telah mengesahkan dalam sebuah Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 6 Tahun 2003 Tanggal 31-07-2003 tentang Pendirian PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Bhakti Sumekar.

Perubahan Sistem Konvensional menjadi Sistem Syari'ah dan perubahan nama PT.BPR Bhakti Sumekar menjadi PT.BPRS Bhakti Sumekar dalam akte notaris Sukarini SH notaris di Sidoarjo No.1 tanggal 1 Nopember 2003 telah mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No.C-01389 HT.01.04.TH.2004 tanggal 19 Januari 2004 dan persetujuan izin prinsip Bank Indonesia NO.6/606/DPbs Jakarta tanggal 21 Mei 2004 serta Bank Indonesia Cabang Surabaya No.6/353/DPBPR/IDBPR/Sb tanggal 22 Juni 2004.⁹⁸

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Jalan Masegit No. 33, Pamekasan. Merupakan kantor Cabang Madya di Pamekasan. Bank ini memiliki 26 cabang di Kabupaten Sumenep, 4 cabang di Kabupaten Pamekasan dan 1 cabang di Kabupaten Jember.

⁹⁸ Ibid

c. Visi dan Misi

1) Visi

Terwujudnya masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya

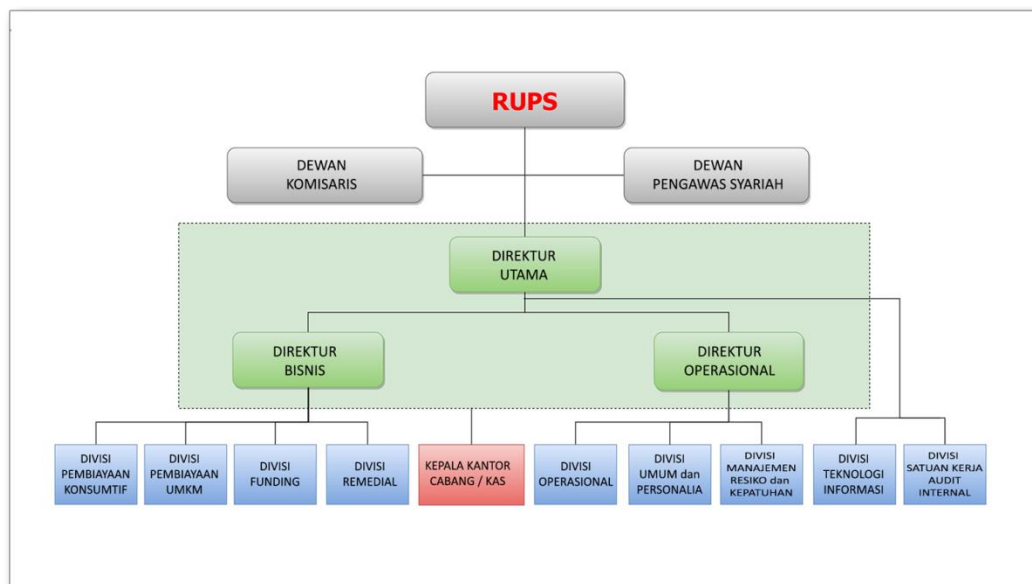
2) Misi

- a) Internasional antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasarkan syariah
- b) Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah
- c) Mengupayakan Peningkatan Pendapatan Asli Daerah

d. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi BPRS Bhakti Sumekar sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar



1) Dewan Komisaris:

Komisaris Utama : Drs. Hadi Soetarto, M.Si

Anggota Komisaris : Drs. H. Moh. Saleh, M.Si

Anggota Komisaris : KH. M. Taufiq Rahman FM

2) Dewan Pengawas Syari'ah

DR. KH. Ahmad Muhammad Tdjani, MA

Arina Haqan, SHI. M.EI

3) Direksi

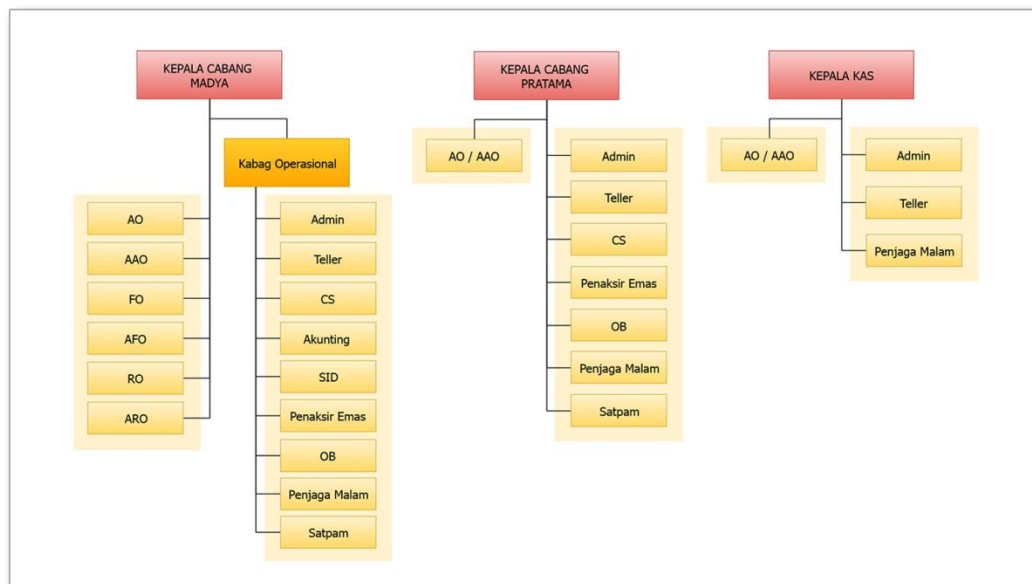
Direktur Utama : Novi Sujatmiko

Direktur Bisnis : Hairil Fajar

Direktur Operasional : Cahya Wiratama

Gambar 4.2

Struktur Organisasi Cabang Madya, Cabang Pratama, Kantor Kas



Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan:

1) Pimpinan Cabang : Bakhtiar Ismanto

- 2) **Kabag. Operasional** : Haerus Soleh
- 3) **Accounting** : Nafisah
- 4) **Admin Pembiayaan** : Ahadian Ramadan
- 5) **Admin Rahn** : Agung Tri Subiantoro
- 6) **Teller** : Ayu Nur Jannah, Mufanani Angraeni
- 7) **Customer Service** : Hilwah
- 8) **SID dan Pemberkasan** : Nur Rani Faradillah
- 9) **AO/AAO Pembiayaan** : Moh. Rasul, Ari Kurniawan, Ra Basuki
Rachmad, Abdul Kadir, Moh. Nurul Kholiq
- 10) **AO/AAO Pendanaan** : Lina Sari Fandania
- 11) **AAO Remedial** : Putra Rizki Fauzi
- 12) **Marketing Rahn** : Achmad Baidawi Aziz
- 13) **Security** : Solehuddin, Taufiqurrahman, Dwi Agung
Budi H
- 14) **Office Boy** : Syafril Hendriyanto, Mohammad Fandri
Driver, Moh. Ali Sumarta

e. Produk-Produk Simpanan BPRS Bhakti Sumekar

- 1) Tabungan Barokah
- 2) Tabungan Qurban
- 3) TAHARA (Tabungan Hari Raya)
- 4) SIMPEL (Simpanan Pelajar)
- 5) Tabungan Umroh
- 6) Tabungan Haji

- 7) Tabungan Gaul Ib
- 8) Deposito Mudharabah

f. Produk-Produk Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar

- 1) Pembiayaan Serba Guna
- 2) Pembiayaan Pensiunan
- 3) Pembiayaan Elektronik
- 4) Pembiayaan KPR Syariah
- 5) Pembiayaan Sepeda
- 6) Pembiayaan Sepeda Motor
- 7) Pembiayaan Kepemilikan Emas
- 8) Pembiayaan Sadar Bersih
- 9) Pembiayaan Sertifikat Tanah
- 10) Pembiayaan Ijarah Multijasa
- 11) Talangan Umroh
- 12) Pembiayaan UKM Syariah
- 13) Gadai Emas

g. Layanan *E-Banking*

- 1) ATM BBS : Anjungan Tunai Mandiri, mesin yang melayani kebutuhan dana tunai dan lain-lain.
- 2) BBS Mobile : Aplikasi berbasis smarthphone android yang dihadirkan untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi keuangan kapanpun dan dimanapun.

- 3) Setrik : merupakan layanan setor tarik dana tabungan yang dilakukan oleh agen setrik dimana saja dan kapan saja.

B. Karakteristik Responden

Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini sebanyak 329.675 nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling* dengan penarikan sampel menggunakan rumus slovin. Sehingga sampel yang diambil adalah 100 nasabah. Adapun profil responden dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Adapun jenis kelamin responden terdiri dari dua yaitu laki-laki dan perempuan setelah kuesioner disebarkan kepada 100 responden maka dilakukan identifikasi terhadap responden sebagai berikut:

Tabel 4.1

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Frekuensi	%
Laki-laki	32	32%
Perempuan	68	68%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin sebanyak 32 orang berjenis kelamin laki-laki sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 68 orang.

2. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.2

Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Keterangan	Frekuensi	%
TIDAK SEKOLAH	2	2%
SD	18	18%
SMP	24	24%
SMA	34	34%
D3	3	3%
S1	19	19%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa profil responden berdasarkan pendidikan terakhir yakni Tidak Sekolah 2%, SD 18%, SMP 24%, SMA 34%, D3 3% dan diikuti responden yang memiliki tingkat pendidikan S1 sebesar 19%.

3. Usia

Tabel 4.3

Profil Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Frekuensi	%
< 30 Tahun	23	23%
30 - 40 Tahun	41	41%
> 40 Tahun	36	36%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Dari tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa responden yang berusia kurang dari 30 tahun sebanyak 23 orang, responden yang berusia antara 30 – 40 tahun sebanyak 41 orang sedangkan responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 36 orang.

4. Distribusi Frekuensi Jawaban Kuesioner

a. Variabel *Relationship Marketing* (X1)

Tabel 4.4

Respon Terhadap Pernyataan *Relationship Marketing* (X1)

No	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	40	40%	53	53%	5	5%	2	2%	0	0%	100
2	39	39%	47	47%	13	13%	1	1%	0	0%	100
3	43	43%	41	41%	16	16%	0	0%	0	0%	100
4	39	39%	48	48%	7	7%	6	6%	0	0%	100
5	53	53%	39	39%	7	7%	1	1%	0	0%	100
6	58	58%	38	38%	3	3%	1	1%	0	0%	100
7	52	52%	35	35%	13	13%	0	0%	0	0%	100
8	54	54%	36	36%	6	6%	0	0%	4	4%	100

Sumber: Output SPSS, Ver 26, Data primer yang diolah peneliti, 2024

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut :

1. Pada pernyataan pertama (X1.1) mengenai nasabah percaya bahwa BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memiliki nama baik dikalangan nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 orang (40%), setuju sebanyak 53 orang (53%), kurang setuju sebanyak 5 orang (5%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
2. Pada pernyataan kedua (X1.2) mengenai nasabah percaya bahwa BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan peduli akan keamanan data atau

rahasia nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 39 orang (39%), setuju sebanyak 47 orang (47%), kurang setuju sebanyak 13 orang (13%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

3. Pada pernyataan ketiga (X1.3) mengenai komitmen karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 43 orang (43%), setuju sebanyak 41 orang (41%), kurang setuju sebanyak 16 orang (16%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
4. Pada pernyataan keempat (X1.4) mengenai karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memiliki komitmen dalam memberikan pelayanan pada waktu yang tepat, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 39 orang (39%), setuju sebanyak 48 orang (48%), kurang setuju sebanyak 7 orang (7%), tidak setuju sebanyak 6 orang (6%), tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
5. Pada pernyataan kelima (X1.5) mengenai kemampuan berkomunikasi karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam keterbukaan memberikan informasi seputar produk sangat baik, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 53 orang (53%), setuju sebanyak 39 orang (39%), kurang setuju sebanyak 7 orang (7%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
6. Pada pernyataan keenam (X1.6) mengenai kemampuan berkomunikasi

karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang madya Pamekasan sangat baik dalam merespon berbagai pertanyaan dari nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 58 orang (58%), setuju sebanyak 38 orang (38%), kurang setuju sebanyak 3 orang (3%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

7. Pada pertanyaan ketujuh (X1.7) mengenai karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sangat cepat dalam menangani keluhan nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 52 orang (52%), setuju sebanyak 35 orang (35%), kurang setuju sebanyak 13 orang (13%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
8. Pada pernyataan kedelapan (X1.8) mengenai karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam menangani keluhan nasabah sudah sangat tepat, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 54 orang (54%), setuju sebanyak 36 orang (36%), kurang setuju sebanyak 6 orang (6%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%)..

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 4.5
Respon Terhadap Pernyataan Kualitas Pelayanan (X2)

No	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	44	44%	49	49%	5	5%	1	1%	1	1%	100
2	47	47%	46	46%	4	4%	2	2%	1	1%	100
3	38	38%	45	45%	13	13%	4	4%	0	0%	100
4	36	36%	45	45%	12	12%	6	6%	1	1%	100
5	48	48%	47	47%	3	3%	1	1%	1	1%	100
6	30	30%	47	47%	17	17%	3	3%	3	3%	100
7	44	44%	45	45%	5	5%	5	5%	1	1%	100
8	51	51%	43	43%	3	3%	2	2%	1	1%	100
9	37	37%	53	53%	2	2%	5	5%	3	3%	100
10	57	57%	39	39%	2	2%	1	1%	1	1%	100

Sumber: Output SPSS, Ver 26, Data primer yang diolah peneliti, 2024

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut :

1. Pada pernyataan pertama (X2.1) mengenai gedung kantor BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan nyaman dan sejuk, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 orang (44%), setuju sebanyak 49 orang (49%), kurang setuju sebanyak 5 orang (5%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1%) dan sebanyak 1 orang (1%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
2. Pada pernyataan kedua (X2.2) mengenai kantor BPRS Bhakti Sumekar

Cabang Madya Pamekasan memiliki fasilitas lengkap, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 orang (47%), setuju sebanyak 46 orang (46%), kurang setuju sebanyak 4 orang (4%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), dan sebanyak 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju.

3. Pada pernyataan ketiga (X2.3) mengenai karyawan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan melayani dengan tepat sesuai yang dijanjikan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 orang (38%), setuju sebanyak 45 orang (45%), kurang setuju sebanyak 13 orang (13%), tidak setuju sebanyak 4 orang (4%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
4. Pada pernyataan keempat (X2.4) mengenai karyawan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan melayani sesuai pelaksanaan prosedur, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 36 orang (36%), setuju sebanyak 45 orang (45%), kurang setuju sebanyak 12 orang (12%), tidak setuju sebanyak 6 orang (6%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%).
5. Pada pernyataan kelima (X2.5) mengenai karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan selalu membantu nasabah yang sedang mengalami kesulitan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 orang (48%), setuju sebanyak 47 orang (47%), kurang setuju sebanyak 3 orang (3%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1%) dan 1 orang (1%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
6. Pada pernyataan keenam (X2.6) mengenai karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan selalu tanggap terhadap saran dan keluhan yang

diberikan oleh nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (30%), setuju sebanyak 47 orang (47%), kurang setuju sebanyak 17 orang (17%), tidak setuju sebanyak 3 orang (3%) dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%).

7. Pada pernyataan ketujuh (X2.7) mengenai karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan membuat nasabah merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 orang (44%), setuju sebanyak 45 orang (45%), kurang setuju sebanyak 5 orang (5%), tidak setuju sebanyak 5 orang (5%) dan sebanyak 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju.
8. Pada pernyataan kedelapan (X2.8) mengenai karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan membuat nasabah merasa informasi yang dibutuhkan selalu terpenuhi, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 51 orang (51%), setuju sebanyak 43 orang (43%), kurang setuju sebanyak 3 orang (3%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) dan 1 orang (1%) yang menyatakan sangat tidak setuju.
9. Pada pernyataan kesembilan (X2.9) mengenai karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan mudah berkomunikasi dengan nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 37 orang (37%), setuju sebanyak 53 orang (53%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2%), tidak setuju sebanyak 5 orang (5%) dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%).
10. Pada pernyataan kesepuluh (X2.10) mengenai karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan selalu bersikap ramah dalam melayani

nasabah tanpa memandang status nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 57 orang (57%), setuju sebanyak 39 orang (39%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%).

c. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.6

Respon Terhadap Pernyataan Kepuasan Nasabah (Y)

No	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	62	62%	33	33%	5	5%	0	0%	0	0%	100
2	51	51%	43	43%	5	5%	0	0%	1	1%	100
3	50	50%	40	40%	7	7%	3	3%	0	0%	100
4	41	41%	38	38%	21	21%	0	0%	0	0%	100
5	46	46%	48	48%	6	6%	0	0%	0	0%	100

Sumber: Output SPSS, Ver 26, Data primer yang diolah peneliti, 2024

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

1. Pada pernyataan Pertama (Y.1) mengenai pelayanan dan kinerja karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam melayani nasabahnya dan bertanggungjawab terhadap uang yang dititipkan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 62 orang (62%), setuju sebanyak 33 orang (33%), kurang setuju sebanyak 5 orang (5%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
2. Pada pernyataan kedua (Y.2) mengenai kecepatan dan ketepatan pelayanan serta produk-produk yang ditawarkan oleh karyawan BPRS Bhakti Sumekar

Cabang Madya Pamekasan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 51 orang (51%), setuju sebanyak 43 orang (43%), kurang setuju sebanyak 5 orang (5%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju.

3. Pada pernyataan ketiga (Y.3) mengenai karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan selalu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 orang (50%), setuju sebanyak 40 orang (40%), kurang setuju sebanyak 7 orang (7%), tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
4. Pada pernyataan keempat (Y.4) mengenai nasabah akan konsisten kembali melakukan transaksi di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 41 orang (41%), setuju sebanyak 38 orang (38%), kurang setuju sebanyak 21 orang (21%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
5. Pada pernyataan kelima (Y.5) mengenai nasabah akan menyarankan kepada teman atau kerabat untuk bertransaksi di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 orang (46%), setuju sebanyak 48 orang (48%), kurang setuju sebanyak 6 orang (6%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju.

C. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan korelasi bivariate dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total melalui SPSS versi 26. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai sig dengan probabilitas 5% atau 0,05. Pengujian Validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel tersebut. Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas

Indikator	r hitung	r table	Keterangan
X1.1	0.698	0.1966	Valid
X1.2	0.420	0.1966	Valid
X1.3	0.494	0.1966	Valid
X1.4	0.524	0.1966	Valid
X1.5	0.651	0.1966	Valid
X1.6	0.641	0.1966	Valid
X1.7	0.710	0.1966	Valid
X1.8	0.630	0.1966	Valid
X2.1	0.391	0.1966	Valid
X2.2	0.601	0.1966	Valid
X2.3	0.580	0.1966	Valid
X2.4	0.506	0.1966	Valid
X2.5	0.675	0.1966	Valid
X2.6	0.604	0.1966	Valid
X2.7	0.352	0.1966	Valid
X2.8	0.407	0.1966	Valid
X2.9	0.590	0.1966	Valid
X2.10	0.660	0.1966	Valid
Y.1	0.646	0.1966	Valid
Y.2	0.826	0.1966	Valid
Y.3	0.768	0.1966	Valid

Y.4	0.611	0.1966	Valid
Y.5	0.732	0.1966	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Dari hasil pengujian validitas pada tabel diatas, kuesioner yang berisi dari 3 variabel ini ada 23 pernyataan yang telah diisi oleh 100 responden pada penelitian ini. Kuesioner dikatakan valid jika memenuhi syarat nilai r hitung $>$ r tabel. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa seluruh item kuesioner memenuhi syarat dan dinyatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Penelitian ini harus dilakukannya uji reliabilitas untuk mengukur reliable atau tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh tidaknya variabel *Relationship Marketing* (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Sebelum dilakukannya pengujian reliabilitas harus ada dasar pengambilan keputusan yaitu alpha sebesar 0,60. Variabel yang dianggap reliable jika nilai variabel tersebut lebih besar dari $>$ 0,60 jika lebih kecil maka variabel yang diteliti tidak bisa dikatakan reliabel karena $<$ 0,60. Hasil dari pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Relationship Marketing</i>	0,731	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,719	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,758	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.8 variabel *Relationship Marketing* lebih tinggi dari pada nilai dasar yaitu $0,731 > 0,60$ hasil tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner variabel (X1) dinyatakan reliable. Pada variabel kedua atau variabel Kualitas Pelayanan (X2) menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* $0,719 > 0,60$. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel ini dinyatakan reliabel atau bisa dipercaya. Dan pada variabel Kepuasan Nasabah (Y) bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar $0,758 > 0,60$. Hasil tersebut membuktikan bahwa pernyataan pada variabel Y semuanya bisa dipercaya atau reliable. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliable, karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari $0,60$. Maka kuesioner diatas secara keseluruhan dikatakan reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.486	2.014		1.234	.220		
	Relationship Marketing	.303	.060	.431	5.021	.000	.710	1.408
	Kualitas Pelayanan	.210	.049	.370	4.309	.000	.710	1.408

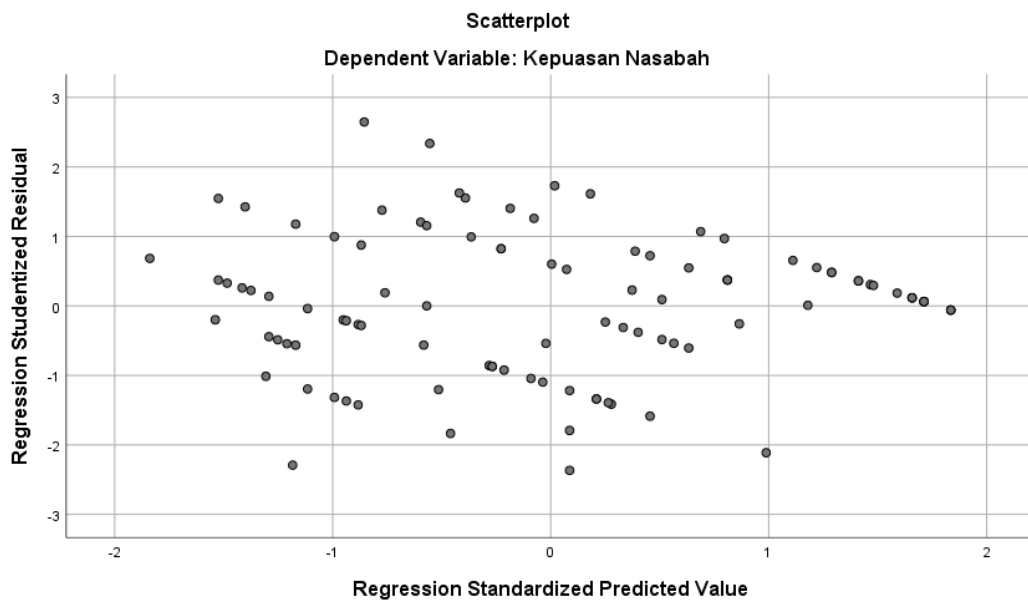
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.9 diatas pada bagian baris VIF terlihat bahwa nilai VIF sebesar 1,408 dan nilai VIF yang diperoleh lebih kecil dari 10. Hal ini berarti dalam model persamaan regresi tidak terjadi multikoloniaritas. Dan nilai tolerance menunjukkan hasil sebesar 0,710 dan nilai tersebut lebih besar dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi multikoloniaritas sehingga data dapat digunakan dalam penelitian ini.

b) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode *scatterplot*. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diatas grafik scatterplot menunjukkan bahwa data tersebar pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola yang jelas dalam penyebaran data tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi tersebut, sehingga model regresi layak digunakan.

c) Uji Autokorelasi

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.702 ^a	.493	.483	1.748	1.997	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.10 di atas diketahui angka Durbin Watson untuk model regresi ini adalah 1.997 terletak di antara -2 dan +2 yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

Dan berdasarkan tabel di atas juga diketahui angka Durbin Watson untuk model regresi ini adalah 1,997. Maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel DW dan derajat kepercayaan yang digunakan 5% dengan melihat jumlah sample $n=100$ dan jumlah variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini ($k=2$), didapat nilai dL dan dU sebagai berikut:

Tabel 4.11
Peengambilan Keputusan Hasil Uji Autokorelasi

DL	dU	4-dL	4-dU	DW	Keterangan
1,634	1,715	2,366	2,285	1,997	Tidak terjadi Autokorelasi

Tabel diatas menyatakan bahwa nilai DW sebesar 1.997 berada diantara $dU = 1,715$ dan nilai $4-dU = 2,285$ ($dU < d < 4-dU$), maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi pada penelitian ini tidak terjadi Autokorelasi.

d) Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, error yang dihasilkan mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S), *Histogram of Regression Standardized Residual* yang dan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* melalui bantuan program SPSS 26 yang hasil pengujiannya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.73037059
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.044
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

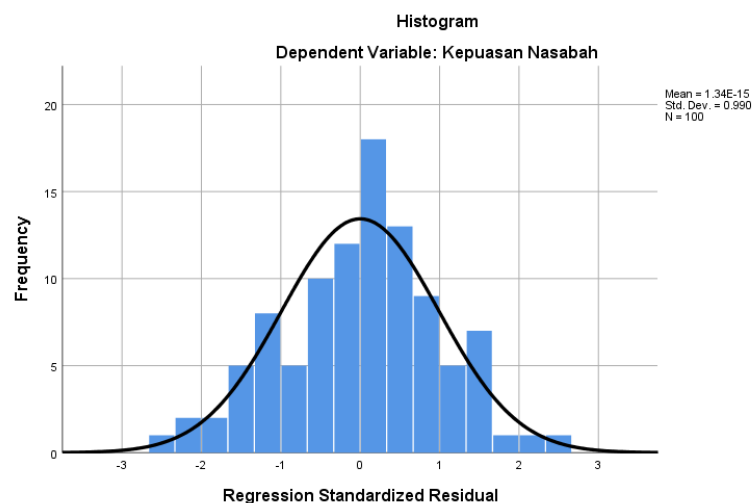
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, diperoleh nilai signifikan (Asymp. Sig = 0,200) lebih besar dari nilai alpha ($\alpha = 0,05$) sehingga dinyatakan data berdistribusi normal.

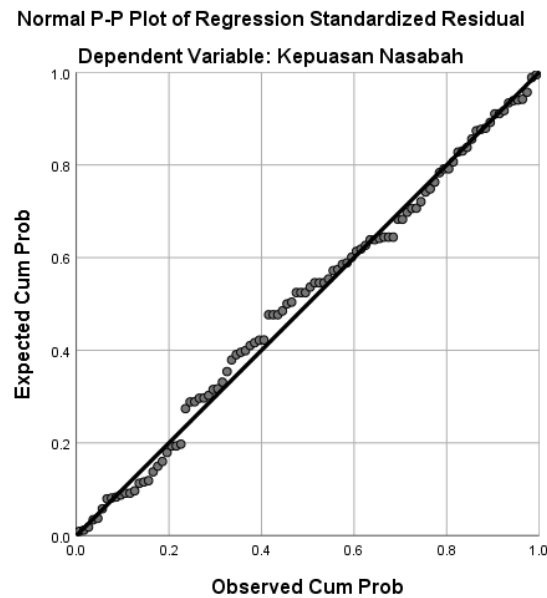
Gambar 4.4

Histogram of Regression Standardized Residual



Gambar 4.5

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar 4.4 terlihat garis histogram melenceng ke kanan dan pada gambar 4.5 terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta arah penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi berdistribusi normal dan layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji seberapa besar hipotesis pengaruh *Relationship Marketing* (X1), Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Berikut hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.486	2.014		1.234	.220		
	Relationship Marketing	.303	.060	.431	5.021	.000	.710	1.408
	Kualitas Pelayanan	.210	.049	.370	4.309	.000	.710	1.408

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah:

$$Y = 2,486 + 0,303X_1 + 0,210X_2 + e$$

Berdasarkan dari hasil tersebut dengan menggunakan SPSS 26 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai Constant (α) yang diperoleh sebesar 2,486 artinya jika *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan 0, maka besarnya Kepuasan Nasabah yang terjadi adalah sebesar 2,486..
- 2) Nilai Koefisien regresi variabel *Relationship Marketing* (X_1) sebesar 0,303, artinya jika variabel bebas lain (Kualitas Pelayanan) naik sebanyak 1 satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) naik sebesar 0,303. Hasil dari analisis diperoleh

koefisien bernilai positif *Relationship Marketing* memiliki kontribusi positif terhadap Kepuasan Nasabah.

- 3) Nilai Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,210, artinya jika variabel bebas lain (*Relationship Marketing*) naik sebanyak 1 satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) naik sebesar 0,210. Hasil dari analisis diperoleh koefisien bernilai positif menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan meningkat maka Kepuasan Nasabah juga meningkat.

4. Uji Hipotesis

a) Uji T (Parsial)

Uji parsial digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan uji t yaitu dengan melihat nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam pengujian ini juga digunakan taraf signifikansi 5% dalam derajat kebebasan $(d.f) = n-k$, dapat diketahui dengan hasil penghitungan komputer pada program IBM SPSS 26. Kesimpulan yang diambil adalah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji T (Parsial)

		Coefficients^a							
		Unstandardized		Standardized			Collinearity		
		Coefficients		Coefficients			Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.486	2.014		1.234	.220			
	Relationship Marketing	.303	.060	.431	5.021	.000	.710	1.408	
	Kualitas Pelayanan	.210	.049	.370	4.309	.000	.710	1.408	

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji t menggunakan SPSS 26 menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel *Relationship Marketing* (X1) $0,0001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi ada pengaruh secara signifikan. Dan nilai signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X2) $0,0001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi ada pengaruh secara signifikan.

Dan juga berdasarkan hasil dari pengujian menggunakan taraf signifikansi 5% dalam derajat kebebasan $(d.f) = n - k$, dapat diketahui dengan hasil penghitungan komputer pada program IBM SPSS 26 menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel *Relationship Marketing* (X1) $5,021 > 1,985$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi berpengaruh secara parsial. Dan nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan (X2) $4,309 > 1,985$ maka H_0 ditolak H_a diterima, jadi berpengaruh secara parsial.

b) Uji F (Simultan)

Uji pengaruh simultan (F test) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian uji F dilakukan dengan melihat jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya semua variabel independen/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat. Dan jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semua variabel independen/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat. Pengujian uji F juga dilakukan dengan membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} . Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ (maka terima H_0), jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ (maka tolak H_0) dan sebaliknya.

Tabel 4.15

Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	288.486	2	144.243	47.201	.000 ^b
	Residual	296.424	97	3.056		
	Total	584.910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing

Berdasarkan dari hasil pada tabel 4.15 diatas nilai signifikan $F 0,0001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara simultan semua variabel independen/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat. Dan berdasarkan pada tabel diatas nilai F hitung $47,201 > F$ tabel $3,09$ maka H_0 ditolak H_a diteima, artinya variabel *Relationship Marketing*

(X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

5. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.702 ^a	.493	.483	1.748	1.997

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa nilai R Square atau R² sebesar 0,493 hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah (Y) dipengaruhi oleh variabel *Relationship Marketing*, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 0,493 atau 49,3%, sehingga sebesar 50,7% ditentukan oleh variabel lain.

D. Pembahasan

1. Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *Relationship Marketing* (X1) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,0001 < 0,05$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima, jadi ada pengaruh secara signifikan. Serta diperoleh nilai t hitung sebesar 5,021 dan nilai t tabel sebesar 1,985, jadi t hitung $5,021 > t$ tabel 1,985. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa

variabel *Relationship Marketing* (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah. Dari hasil perhitungan statistik tersebut memberikan penjelasan *Relationship Marketing* yang dirasakan oleh nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan begitu, semakin tinggi nilai yang diberikan *Relationship Marketing* terhadap kepuasan nasabah, maka semakin besar pula tingkat kepuasan nasabah yang dirasakan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

Berdasarkan teori *Relationship Marketing* adalah proses berkelanjutan yang mensyaratkan suatu perusahaan agar menjalin komunikasi tetap dengan konsumen untuk memastikan tujuan tercapai, dan memadukan proses *Relationship Marketing* ke dalam rencana strategik sehingga memungkinkan perusahaan mengelola sumber daya dengan baik dan memenuhi kebutuhan konsumen di masa mendatang.⁹⁹ Selain itu, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.¹⁰⁰ Dalam memantapkan strategi pemasaran, memang kita memerlukan suatu hubungan yang baik antara perusahaan dan nasabah dan tetap selalu menjaga hubungan itu agar terciptanya timbal balik yang saling menguntungkan baik dari sisi perusahaan maupun dari sisi nasabah.

BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan selalu memberikan pelayanan yang terbaik serta memuaskan para nasabahnya. Hal itu dapat dibuktikan dari jawaban responden yang menyatakan 4/5 (Setuju/Sangat Setuju)

⁹⁹ Nurudin, "Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang)", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 10, No. 1, 2018., (ISSN: 2085-5656, e-ISSN: 2232-826).

¹⁰⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2013), 321.

pada setiap pernyataan indikator *Relationship Marketing*. Pada indikator kepercayaan (*trust*) pada pernyataan pertama tentang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memiliki nama baik dikalangan nasabah terdapat 40 responden (40%) menyatakan Sangat Setuju dan 53 responden (53%) menyatakan Setuju. Dengan hasil tersebut berarti 93% responden/nasabah percaya bahwa BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memiliki nama baik dikalangan nasabahnya. Nama baik adalah persepsi para nasabah tentang sejauh mana nama baik yang berhasil dibangun oleh bank, contoh untuk menjaga nama baik bank seperti memberikan kualitas produk atas layanan yang unggul, berkomunikasi secara transparan, memberikan pelayanan nasabah yang unggul dan menjadi responsif terhadap masalah. Adapun manfaat menjaga nama baik perusahaan yaitu perusahaan mendapatkan sumber daya yang berkualitas, promosi menjadi mudah, adanya respon positif dari masyarakat dan bisa menarik minat investor.

Pada indikator komunikasi (*communication*) pada pernyataan pertama tentang kemampuan berkomunikasi karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam keterbukaan memberikan informasi seputar produk sangat baik terdapat 53 responden (53%) menyatakan Sangat Setuju dan 39 responden (39%) menyatakan Setuju. Dengan hasil tersebut berarti 92% responden/nasabah percaya bahwa kemampuan berkomunikasi karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam keterbukaan memberikan informasi seputar produk sangat baik. Contohnya karyawan menerapkan keterbukaan dan kejujuran dalam menjelaskan informasi seputar produk,

menyampaikan dengan sangat jelas dan mengargai, mendengarkan, memperhatikan dan menanggapi nasabah seputar informasi produk. Pada pernyataan kedua tentang kemampuan karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sangat baik dalam merespon berbagai pertanyaan dari nasabah terdapat 58 responden (58%) menyatakan Sangat Setuju dan 38 responden (38%) menyatakan Setuju. Dengan hasil tersebut berarti 96% responden/nasabah percaya bahwa kemampuan berkomunikasi karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sangat baik dalam merespon berbagai pertanyaan dari nasabah. Contohnya kesediaan dan keahlian karyawan untuk membantu para nasabah dan merespon pertanyaan nasabah misalnya nasabah bertanya mengenai keuntungan menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan ataupun pertanyaan-pertanyaan lain menyangkut BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

Pada indikator ketepatan penanganan keluhan (*complaint handling*) pada pernyataan kedua tentang karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam menangani keluhan nasabah sudah sangat tepat terdapat 54 responden (54%) menyatakan Sangat Setuju dan 36 responden (36%) menyatakan Setuju. Dengan hasil tersebut berarti 90% responden/nasabah percaya bahwa karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam menangani keluhan nasabah sudah sangat tepat. Contoh menangani keluhan nasabah dengan tepat seperti menunjukkan rasa empati terhadap persoalan nasabah, mendengarkan dan memahami keluhan nasabah, meminta maaf atas persoalan yang dihadapi

nasabah, menyampaikan bantuan dan solusi dan memberikan alternatif layanan yang mudah di akses atau dipahami.

Dari hasil responden keseluruhan pada variabel *Relationship Marketing* pada semua indikator menyatakan bahwa kepercayaan, komitmen, komunikasi dan ketepatan penanganan keluhan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sudah sangat baik. Ikatan *Relationship Marketing* merupakan salah satu penentu kepuasan nasabah karena ikatan *Relationship Marketing* yang baik akan menciptakan dan mempertahankan kepuasan nasabah. Jadi semakin tinggi ikatan *Relationship Marketing* yang diterapkan justru akan meningkatkan kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikan pada hasil uji parsial 0,0001 kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai t hitung $4,309 > t$ tabel $1,985$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil perhitungan statistik tersebut memberikan penjelasan bahwa Kualitas Pelayanan yang dirasakan oleh nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan mampu memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Dengan demikian, semakin besar Kualitas Pelayanan yang dirasakan oleh nasabah maka akan semakin besar

pula pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

Berdasarkan teori kualitas pelayanan adalah suatu keadaan yang dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.¹⁰¹ Selain itu, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.¹⁰² Terdapat 5 indikator kualitas pelayanan yaitu, bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Pada indikator daya tanggap (*responsiveness*) pada pernyataan pertama tentang karyawan selalu membantu nasabah yang sedang mengalami kesulitan terdapat 48 responden (48%) menyatakan Sangat Setuju dan 47 responden (47%) menyatakan Setuju, artinya 95% responden/nasabah percaya bahwa karyawan selalu membantu nasabah yang sedang mengalami kesulitan. Misalnya nasabah yang kesulitan mengakses layanan online BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan ataupun kesulitan yang lainnya. Daya tanggap merupakan kesiapan karyawan dalam melayani nasabah, kejelasan informasi yang diterima, ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah, dan kecepatangapan karyawan dalam melayani nasabah. Semakin

¹⁰¹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 61.

¹⁰² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2013), 321.

tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat.

Pada indikator bukti fisik (*tangible*) pada pernyataan kedua tentang kantor memiliki fasilitas lengkap terdapat 47 responden (47%) menyatakan Sangat Setuju dan 46 responden (46%) menyatakan Setuju, yang artinya 93% responden/nasabah percaya bahwa kantor BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memiliki fasilitas lengkap, bukti fisik dari perusahaan berupa karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan berpenampilan menarik, peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern, kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman, serta karyawan mengenakan tanda pengenal yang jelas. Semakin mendukung kondisi fisik perusahaan maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat.

Pada indikator empati (*emphaty*) pada pernyataan kedua tentang karyawan selalu bersikap ramah dalam melayani nasabah tanpa memandang status nasabah terdapat 57 responden (57%) menyatakan Sangat Setuju dan 39 responden (39%) menyatakan Setuju, artinya 96% responden/nasabah percaya bahwa karyawan selalu bersikap ramah dalam melayani nasbah tanpa memandang status nasabah. Sapaan hangat, senyuman, menghormati, menghargai dan melayani seluruh nasabah tanpa memandang status nasabah ataupun membandingkan nasabah satu dengan nasabah yang lainnya, semua nasabah dimata karyawan harus sama. Empati merupakan kemudahan dalam melakukan komunikasi dengan nasabah seperti karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah, pemahaman karyawan terhadap kebutuhan spesifik nasabah,

perhatian karyawan terhadap nasabah yang komplain dan bagi nasabah baru BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan terlebih dahulu menjelaskan keuntungan untuk semua produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat.

Pada indikator jaminan (*assurance*) pada pernyataan kedua tentang karyawan membuat nasabah merasa informasi yang dibutuhkan selalu terpenuhi terdapat 51 responden (51%) menyatakan Sangat Setuju dan 43 responden (43%) menyatakan Setuju, artinya 94% responden/nasabah percaya bahwa karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan membuat nasabah merasa informasi yang dibutuhkan selalu terpenuhi. Seperti informasi kebutuhan keamanan, fasilitas, kondisi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, kemudahan pelayanan, komitmen pelayanan, lokasi, pelayanan karyawan dan keramahan karyawan. Jaminan merupakan tindakan atau sikap untuk memberikan rasa aman pada nasabah seperti adanya jaminan keamanan dalam melakukan layanan jasa bank, karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah, karyawan selalu membina hubungan baik dengan nasabah, serta citra BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan di mata masyarakat atau nasabah cukup terpercaya. Semakin tinggi jaminan yang diberikan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat.

3. Pengaruh *Relationship Marketing* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) menunjukkan bahwa variabel *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikan F $0,0001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara simultan semua variabel independen/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat. Dapat diartikan bahwa semakin baik *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan yang dirasakan oleh nasabah maka akan semakin baik juga pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R square atau R² sebesar 0,493. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah (Y) dipengaruhi oleh variabel *Relationship Marketing*, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 0,493 atau 49,3% sehingga sebesar 50,7% ditentukan oleh variabel lain seperti kualitas produk, kepercayaan dan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Nasabah.