

e-ISSN:2829-4580, p-ISSN: 2829-4599

DOI: <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4>

Received: 10 Desember 2022, Revised: 10 Januari 2023, Publish: 22 Januari 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT X

Ahmad Fahmi Fahrezy¹, Galuh Candra Kirana Jaebly Early², Miskia Musa'ad³, Ziyadatur Risqiyah⁴

¹Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ahmadfahrezy30@gmail.com

²Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya gacandra09@gmail.com

³Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya miskia16miskia@gmail.com

⁴Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta raya zqiyahziyadatur@gmail.com

*Corresponding Author: Ahmad Fahmi Fahrezy¹

Abstrak: Review jurnal penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT X dari beberapa jurnal terkait. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah random sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer, sumber data diperoleh dari kuesioner, dan pengumpulan data dari penelitian ini adalah penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F dengan tingkat kepercayaan 5%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perekonomian dunia memainkan peran yang sangat penting untuk memperkuat dasar dari sebuah ekonomi suatu negara khususnya di Indonesia. Di era sekarang ini, mulai terjadi peningkatan ekonomi secara global seiring dengan adanya pendapatan atau penghasilan serta kebutuhan setiap individu di masyarakat. Penghasilan yang didapat diperkuat dengan adanya sumber pelaku bisnis yang harus memiliki struktur atau pondasi yang kuat dan terintegrasi. Kontribusi bagi pelaku dan pencipta lapangan kerja sangat penting untuk mengurangi garis kemiskinan yang masih menjadi masalah besar di Indonesia (Bunga Vabiola dkk, 2021). Perekonomian yang berkembang di Indonesia memiliki pengaruh besar terhadap aspek kehidupan masyarakat terutama untuk memenuhi kebutuhan hidup masing-masing. Setiap orang yang memiliki pendapatan perlu mengelola dengan baik dan bijaksana sumber pendapatan tersebut. Cara pengelolaan sumber pendapatan bisa dilakukan dengan cara menyimpan, menginvestasikan, atau membeli sesuatu yang berharga dan kemudian

menjualnya kembali pada suatu saat. Pembahasan terkait perekonomian dan pendapatan selalu berkaitan dengan lembaga keuangan. Persaingan dalam segi ekonomi yang semakin kompetitif membuat setiap industri perusahaan khususnya di sektor perbankan atau keuangan semakin menyadari pentingnya aspek kepuasan pelanggan untuk memastikan kelangsungan bisnis mereka. Lembaga keuangan bank maupun non bank akan selalu berupaya untuk meningkatkan dan mempertahankan kestabilan ekonomi dengan melakukan banyak inovasi dengan mengeluarkan produk-produk baru untuk ditawarkan kepada konsumen demi memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen (Kirana Apsari & Salim Siregar, 2021).

Kepuasan pelanggan atau konsumen tergantung pada pelayanan yang berkualitas tinggi dari suatu perusahaan. Faktor-faktor yang berperan penting pada pelayanan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, berupa bukti fisik, keandalan, respon, keamanan, dan empati (I Gede Nyoman Carlos dkk, 2021). Kelima faktor ini dapat menambah nilai kualitas pelayanan yang diakui oleh pelanggan. Kualitas pelayanan sangat berkaitan dengan kepuasan dan profitabilitas pelanggan. Penerapan kelima faktor kualitas pelayanan dicapai melalui pencapaian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan memberikan dampak positif bagi suatu perusahaan, seperti mendorong loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan, serta berdampak positif bagi masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Kepuasan sangat penting dalam dunia perbankan. Kepuasan datang dalam bentuk kerahasiaan, keamanan, kebanggaan dan kenyamanan. Oleh karena itu, semua bisnis harus berusaha memahami nilai yang diharapkan pelanggan mereka dan atas dasar ini berusaha memenuhi harapan tersebut sebaik mungkin. Bank adalah suatu bentuk usaha yang bergerak di bidang jasa keuangan yang mengutamakan kepuasan nasabah dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. Salah satu upaya bank untuk memuaskan nasabahnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. semua bank berlomba-lomba memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik kepada nasabahnya. Hal ini dilakukan untuk menarik nasabah baru dan nasabah dari bank lain, sehingga nasabah tidak beralih ke bank lain karena merasa kebutuhannya terpenuhi. Hal ini sebenarnya bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan atau konsumen (Suharlina & Muh. Ferils, 2022)

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk memberikan uraian terkait dengan observasi dari penelitian lainnya yang berhubungan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT X.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada dasarnya adalah kualitas jasa yang ditawarkan yang berfokus pada upaya untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua konsep yang berbeda dimana kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk sikap, evaluasi menyeluruh dalam jangka panjang. Pelayanan dengan kondisi yang khusus harus memenuhi dimensi kualitas pelayanan dimana adanya keharusan manajemen perusahaan untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya (I Gede Nyoman Carlos *et al*, 2021). Kepuasan adalah ukuran transaksi tertentu pada suatu perusahaan yang beroperasi dalam sektor jasa maupun barang dengan mempertimbangkan kebijakan mengenai pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan nilai kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Adanya kualitas pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi dari harapan merupakan suatu kepuasan bagi nasabah atau konsumen. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya (Yulia Widi Astuti *et al*, 2020).

Kualitas yang dirasakan dari layanan yang diberikan yang diberikan kepada pengguna atau nasabah adalah evaluasi keseluruhan pengguna tentang apa yang diterima dan apa yang

diberikan. Kepuasan nasabah dianggap sebagai kriteria utama kualitas. Kepuasan nasabah terhadap pelayanan suatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting dalam kaitannya dengan program peningkatan mutu untuk kontes nasabah, manajemen mutu total, dan hasil pelayanan yang diharapkan nasabah. Memberikan kualitas pelayanan yang tinggi merupakan salah satu fungsi utama sistem suatu bisnis perusahaan. Mengukur kualitas pelayanan merupakan prasyarat dasar untuk meningkatkan kualitas. Peningkatan kualitas bertindak sebagai strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam suatu industri dan meningkatkan reputasi dan profitabilitas suatu perusahaan selama ini. Semua perusahaan merasa perlu untuk mengukur, memantau, dan meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan agar dapat bertahan dan mencapai kepuasan pengguna (Thalia Claudia Mawey *et al*, 2018).

Dalam keadaan seperti itu, manajer suatu perusahaan menempatkan penekanan utama mereka pada menarik pengguna sebanyak mungkin dan membuat pelanggan setia dengan mengenali harapan mereka dan mencoba untuk menanggapi mereka dengan cara yang efektif. Produksi layanan di industri keuangan secara dramatis berbeda dari penyediaan layanan sektor keuangan dalam banyak aspek: misalnya, dalam hal penilaian kualitas layanan, salah satu cara paling umum dalam sektor ekonomi adalah dengan menggunakan persepsi konsumen tentang layanan produk yang diberikan. Elemen prinsip dalam jaminan kualitas, mengevaluasi tingkat kinerja saat ini dan mengembangkan strategi yang tepat untuk perbaikan adalah analisis kepentingan-kinerja. Kualitas adalah konsep multidimensi dengan kepuasan nasabah sebagai salah satu aspek terpenting yang mencerminkan kualitas layanan di lingkungan perusahaan. Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai pendapat nasabah tentang "seberapa baik" layanan memenuhi kebutuhan dan harapan mereka, juga dianggap sebagai indikator yang valid untuk mengukur kualitas layanan. Sejak tahun 1990-an, kepuasan nasabah telah dianggap sebagai metode untuk mengukur persepsi penerima perawatan tentang kualitas layanan kesehatan dan untuk menganalisis kesediaan mereka untuk membayar atau memanfaatkan layanan yang disediakan di fasilitas jasa keuangan (Verawaty *et al*, 2021).

Tingkat Kepercayaan

Faktor kepercayaan merupakan kebenaran nyata atau fakta terhadap suatu yang dipercayai, kejujuran, kebaikan kepada pihak yang dipercayai tentang suatu hal. Faktor lainnya yaitu kepuasan nasabah jika keinginannya terpenuhi dengan baik atau sesuai kemauannya. Kepercayaan adalah elemen penting dalam berbagai jenis interaksi layanan. Kepercayaan telah dikonseptualisasikan dengan cara yang berbeda termasuk kesediaan untuk bergantung pada mitra pertukaran, kepercayaan pada keandalan dan integritas mitra pertukaran, penerimaan kerentanan, kejujuran, keyakinan, integritas, dan dapat dipercaya serta kewajiban moral. Secara umum, kepercayaan konsumen dapat diwakili oleh tiga dimensi, yaitu aspek kognitif, afektif, dan perilaku. Kepercayaan kognitif mengukur kepercayaan pelanggan dalam mengandalkan kompetensi dan keandalan penyedia layanan, sedangkan kepercayaan afektif berkaitan dengan kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan berdasarkan perasaan atau emosi yang dihasilkan dari perawatan dan perhatian yang diberikan oleh penyedia layanan. Kepercayaan perilaku mengacu pada tindakan pelanggan berdasarkan harapan yakin bahwa penyedia layanan akan bertindak secara kompeten dan patuh. Karena kepercayaan perilaku merupakan tindakan yang mengalir dari keadaan kepercayaan kognitif dan afektif (Kirana Apsari Ayuningtyas *et al*, 2021).

Di era persaingan global yang semakin menunjukkan adanya persaingan dalam bidang perekonomian dan keuangan sekarang ini, setiap perusahaan khususnya di sektor perbankan mulai menyadari betapa pentingnya aspek kepuasan pelanggan atau konsumen untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:180) menjelaskan jika timbul perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang real yang ditawarkan sesuai dengan

diharapkan merupakan arti dari kepuasan atau ketidakpuasan. Adanya kualitas pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi dari harapan merupakan suatu kepuasan bagi nasabah atau konsumen. Sektor perbankan harus mampu menjaga kepercayaan dari nasabah jika dana mereka akan disimpan dengan aman. Jika kepercayaan dari nasabah telah dibentuk, maka terbentuk juga loyalitas dari nasabah. Loyalitas pelanggan terhadap produk, layanan, atau merek harus mencakup sikap afirmatif terhadap produk, layanan, atau merek dan perilaku pembelian yang menentukan. Loyalitas pelanggan terdiri dari dua elemen, yaitu loyalitas perilaku dan loyalitas sikap. Loyalitas perilaku mengacu pada patronase berulang, di mana pelanggan berulang kali membeli produk atau layanan yang tepat, sedangkan loyalitas sikap berkaitan dengan kecenderungan untuk tetap menjalin hubungan dengan perusahaan. Karena fokus pada loyalitas komposit, yang menggabungkan loyalitas perilaku dan loyalitas sikap, dapat mengarah pada peningkatan profitabilitas perusahaan (Aldrias Satriady, 2022).

Kepuasan Nasabah atau Pengguna

Kepuasan adalah ukuran transaksi tertentu pada suatu perusahaan yang beroperasi dalam sektor jasa maupun barang dengan mempertimbangkan kebijakan mengenai pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan nilai kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin meningkatnya juga kepuasan konsumen. Jalinan hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan jika adanya dorongan dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan, yang pada akhirnya kepuasan pelanggan bisa menciptakan kesetiaan/loyal kepada perusahaan (I Gede Nyoman Carlos *et al*, 2022).

Meningkatkan kebahagiaan pelanggan membutuhkan mempertimbangkan harapan klien. Kualitas layanan, kualitas produk, dan nilai keseluruhan untuk uang semuanya berperan dalam kepuasan pelanggan. Untuk memiliki pelanggan yang bahagia, perusahaan harus terlebih dahulu memiliki karyawan yang bahagia. Staf mungkin memiliki dampak besar pada kepuasan pelanggan ketika mereka memiliki dampak positif. Tingkat kepuasan seseorang terhadap produk atau layanan dapat sangat bervariasi selama penggunaan atau pengalamannya, khususnya. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk atau layanan dan penilaian kualitas. Kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam penyampaian layanan karena memahami dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat meningkatkan pangsa pasar dari pembelian berulang. Orientasi pada kepuasan pelanggan bukanlah fenomena baru-baru ini. Sejumlah pebisnis sukses selama bertahun-tahun telah mengidentifikasi pentingnya kepuasan pelanggan dan outputnya dalam hasil bisnis. Umumnya, loyalitas pelanggan adalah perilaku, sedangkan kepuasan pelanggan adalah sikap. Oleh karena itu, ada perbedaan tertentu antara faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Harga, kualitas, keandalan, empati, dan daya tanggap merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dibahas secara terpisah (Ruth Jessica Caroline *et al*, 2017).

Dalam rangka meningkatkan pelayanan, jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan bila pelayanan berada dibawah tingkat yang di diharapkan, pelanggan akan merasa kurang/ tidak puas. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah memilih produk dan layanan suatu perusahaan adalah kepercayaan konsumen dan Kualitas layanan keuangan (Verawaty *et al*, 2021).

Penelitian yang Relevan Sebelumnya

1. Judul Jurnal : Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

- Penulis : Suharlina dan Muh. Ferils
Sumber : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Volume. 24 Issue 2 (2022) Pages 414-421, ISSN: 1411, 1713 (Print) , 252, 150X (Online).
Kelebihan : Pada penelitian ini, penulis telah berhasil menuangkan ide penelitian yang menarik serta disajikan dengan korelasi data yang menarik yang mudah dipahami oleh pembaca.
Kekurangan : Masih Ada beberapa kalimat dan kata yang tidak baku dalam penulisan karya ilmiah ini.
Persamaan : sama-sama memiliki tujuan atau fokus masalah yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
Perbedaan : memiliki korelasi pengumpulan dan pengujian data yang berbeda.
2. Judul Jurnal : Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (studi pada Bank Rakyat Indonesia Syariah cabang Darussalam Banda Aceh
Penulis : Bunga Vabiola Ghantynireta, Inayatillah, Evriyenn
Sumber : Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business – Volume 2 Nomor 2, November 2021.
Kelebihan : Pada penelitian ini, penulis telah berhasil menjawab masalah yang diteliti dari ide penelitian yang telah diangkat dan diperkuat dengan survei data serta telah disajikan dengan korelasi data tabel yang jelas.
Kekurangan : Dari kelebihan yang ada, ada juga perlu dikoreksi dari penulisan penelitian ini yaitu ada beberapa korelasi data yang dijelaskan dengan kalimat yang rumit sehingga pembaca masih sulit memahami data yang disajikan serta masih ada pemelihan kata yang masih kurang tidak sesuai. .
Persamaan : sama-sama memiliki tujuan atau fokus masalah yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
Perbedaan : hasil yang didapatkan dari penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dituliskan penulis yaitu adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
3. Judul Jurnal : Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang)
Penulis : Kirana Apsari Ayuningtyas, Salim Siregar
Sumber : Jurnal Manajemen Volume 11 No 1, Januari-Juni 2021, e-ISSN 2627-7872/2088-8554.
Kelebihan : Pada penelitian ini, telah terselamatkan dan terjawab hal-hal yang ingin diteliti yang menjadi dasar dari penelitian yang telah dilakukan dan dengan disajikan korelasi data tabel dan pengujian hipotesa yang jelas.
Kekurangan : Ada beberapa korelasi data yang dijelaskan dengan kalimat yang rumit sehingga pembaca masih sulit memahami data yang disajikan serta masih ada pemelihan kata yang masih kurang tidak sesuai. Masih kurang penjelasan terkait hasil pembahasan dari penelitian ini yang harus diuraikan kembali agar pembaca atau peneliti lain bisa melihat arah dan hasil dari penelitian ini.
Persamaan : sama-sama memiliki tujuan atau fokus masalah yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
Perbedaan : subjek dari penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dituliskan penulis.
4. Judul Jurnal : Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan

terhadap loyalitas nasabah PT. BRI TBK cabang Gianyar

Penulis : I Gede Nyoman Carlos W, I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi, Ni Kd Sioaji Yamawati

Sumber : Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi; Vol. 13, No. 2 Januari 2022, pp. 164-168, ISSN: 2301-8879 E-ISSN: 2599-1809.

Kelebihan : Pada penelitian ini, penulis telah berhasil menjelaskan hasil dari penelitian yang dilakukan dan disajikan dalam data berupa tabel serta penjelasan mengenai data yang telah di ambil dari para responden.

Kekurangan : Masih kurang penyajian dan pengujian data yang ditampilkan karena sampel yang diambil cukup banyak namun pengujian data yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang sesuai masih tergolong kurang maksimal untuk menguatkan hasil dari penelitian ini serta adanya pemilihan kata yang tidak sesuai dan tidak baku yang masih digunakan dalam penulisan karya tulis ilmiah ini.

Persamaan : Sama-sama melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah

Perbedaan : Penelitian ini berfokus juga melihat loyalitas nasabah dan citra perusahaan sedangkan fokus dan penelitian penulis saat ini hanya untuk menilai pengaruh kualitas dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

5. Judul Jurnal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya)

Penulis : Aldrias Satriady

Sumber : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (MINISTAL) Vol.1, No.1, 2022: 1-18.

Kelebihan : Pada penelitian ini, penulis telah berhasil menyelesaikan masalah terkait ide penelitian yang telah diangkat dan telah disajikan dengan korelasi data tabel dan pengujian hipotesa yang jelas.

Kekurangan : Ada beberapa korelasi data yang dijelaskan dengan kalimat yang rumit sehingga pembaca masih sulit memahami data yang disajikan serta masih ada pemilihan kata yang masih kurang tidak sesuai.

Persamaan : sama-sama memiliki tujuan penelitian yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

Perbedaan : hasil dari penelitian ini lebih berfokus pada kepuasan pelanggan daripada kualitas dan kepercayaan nasabah.

6. Judul Jurnal : Pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT BCA Finance kantor pusat Pondok Indah Jakarta selatan

Penulis : Ruth Jesica Caroline, P Simarmata, Sri Murtatik

Sumber : Jurnal EKONOMI DAN BISNIS, Vol. 4 No. 1, Januari-Juni 2017.

Kelebihan : Pada penelitian ini, penulis telah berhasil menyelesaikan masalah terkait ide penelitian yang telah diangkat dan telah disajikan dengan korelasi data tabel dan pengujian hipotesa yang jelas.

Kekurangan : Ada beberapa korelasi data yang dijelaskan dengan kalimat yang rumit sehingga pembaca masih sulit memahami data yang disajikan serta masih ada pemilihan kata yang masih kurang tidak sesuai.

Persamaan : sama-sama memiliki tujuan atau fokus masalah yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

Perbedaan : subjek dari penelitian ini berbeda dengan penelitian yang di tulis penulis.

7. Judul Jurnal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan jasa pengiriman barang pada PT. TIKI cabang Makassar.
Penulis : Verawaty, Nuraeni Saeni, We Tenri Fatimah Singkeruang, Al Kausar, Mattarima
Sumber : Journal of Management, 5(2), 2022.
Kelebihan : Pada penelitian ini, penulis telah berhasil menyelesaikan masalah terkait ide penelitian yang telah diangkat dan telah disajikan dengan korelasi data tabel dan pengujian hipotesa yang jelas.
Kekurangan : Ada beberapa korelasi data yang dijelaskan dengan kalimat yang rumit sehingga pembaca masih sulit memahami data yang disajikan serta masih ada pemelihan kata yang masih kurang tidak sesuai. Masih kurang penjelasan terkait hasil pembahasan dari penelitian ini yang harus diuraikan kembali agar pembaca atau peneliti lain bisa melihat arah dan hasil dari penelitian ini.
Persamaan : sama-sama memiliki tujuan penelitian yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
Perbedaan : hasil dari penelitian ini lebih berfokus pada kepuasan pelanggan daripada kualitas dan kepercayaan nasabah.
8. Judul Jurnal : Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulut GO.
Penulis : Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, Imelda W. J.
Sumber : Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018, Hal. 1198 – 1207
Kelebihan : Pada penelitian ini, penulis telah menjelaskan terkait ide penelitian yang telah diangkat dan telah disajikan dengan korelasi dan pengujian untuk menegakan kekuatan data yang telah diperoleh dari responden penelitian ini
Kekurangan : Penyajian data yang ditampilkan terkait variabel x dan y pada penelitian masih tergolong sulit di pahami oleh pembaca atau peneliti lainnya dikarenakan tidak dijelaskan secara jelas dan sederhana korelasi data yang ditampilkan serta pembahasan hasil yang masih kurang di jelaskan secara detail hasil dari penelitian ini.
Persamaan : sama-sama melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah
Perbedaan : penelitian ini berfokus juga melihat kualitas pelayanan perusahaan sedangkan fokus dan penelitian penulis saat ini hanya untuk menilai pengaruh kualitas dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
9. Judul Jurnal : Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah.
Penulis : Yulia Widi Astuti1, Ratno Agriyanto, Ahmad Turmudzi
Sumber : JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA Volume XIX, No. 3, Desember 2020, halaman 134-158
Kelebihan : Pada penelitian ini, penulis telah menjelaskan terkait ide penelitian yang telah diangkat dan telah disajikan dengan korelasi dan pengujian yang akurat dan jelas serta mampu menjawab permasalahan terkait ide yang diangkat dalam penelitian ini.
Kekurangan : Kurangnya pengumpulan data pendukung yang mempengaruhi faktor utama dalam penelitian ini serta tidak dijelaskan terkait faktor yang mempengaruhi tersebut. Masih terdapat typo dalam penulisan jurnal ilmiah ini.
korelasi data tabel dan pengujian hipotesa yang jelas.
Persamaan : sama-sama meliki tujuan penelitian yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

- Perbedaan : hasil dari penelitian ini lebih berfokus pada kepuasan pelanggan daripada kualitas dan kepercayaan nasabah.
10. Judul Jurnal : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)
Penulis : Ahmad Guspul
Sumber : Jurnal PPKM UNSIQ I (2014) 40-54, ISSN: 2354-869X
Kelebihan : Pada penelitian ini, penulis telah berhasil menjelaskan hasil dari penelitian yang dilakukan dan disajikan dalam data berupa tabel serta penjelasan mengenai data yang telah di ambil dari para responden.
Kekurangan : Masih kurang penyajian dan pengujian data yang ditampilkan karena sampel yang diambil cukup banyak namun pengujian data yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang sesuai masih tergolong kurang maksimal untuk menguatkan hasil dari penelitian ini serta adanya pemilihan kata yang tidak sesuai dan tidak baku yang masih digunakan dalam penulisan karya tulis ilmiah ini.
Persamaan : sama-sama memiliki tujuan atau fokus masalah yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
Perbedaan : subjek dari penelitian ini berbeda dengan penelitian yang di tulis penulis.
11. Judul Jurnal : The Impact of Internet Banking at Times of Pandemic; Customer Experience, Satisfaction, Trust, Loyalty, E-service Quality and Bank's Financial Performance; An Application on Egyptian Public
Penulis : Dalia El Mosallamy, Madiha Metawie
Sumber : Journal of Business and Management Sciences, 2022, Vol. 10, No. 2, 70-79.
Kelebihan : Pada penelitian ini, masalah atau ide yang menjadi dasar dari penelitian yang telah diangkat dan telah disajikan dengan korelasi dan pengujian yang akurat dan jelas serta mampu menjawab permasalahan terkait ide yang diangkat dalam penelitian ini.
Kekurangan : Kurangnya pengumpulan data pendukung yang mempengaruhi faktor utama dalam penelitian ini serta tidak dijelaskan terkait faktor yang mempengaruhi tersebut. Masih terdapat typo dalam penulisan jurnal ilmiah ini.
Persamaan : sama-sama memiliki tujuan atau fokus masalah yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
Perbedaan : subjek dari penelitian ini berbeda dengan penelitian yang di tulis penulis.
12. Judul Jurnal : Mediating Effect of Customer Satisfaction on the Relationship between Service Quality and Customer Loyalty in the Ghana Banking Industry.
Penulis : Dr Daniel Kasser Tee
Sumber : International Journal of Research and Scientific Innovation (IJRSI) [Volume IX, Issue IV, April 2022]ISSN 2321-2705.
Kelebihan : Pada penelitian ini, masalah atau ide yang menjadi dasar dari penelitian yang telah diangkat dan telah disajikan dengan korelasi dan pengujian yang akurat. Penelitian ini juga terlihat menarik, dan layak dipertimbangkan oleh bank-bank di negara Ghana, karena mereka berusaha untuk meningkatkan retensi pelanggan dan tingkat loyalitas. Selain itu, penelitian ini telah berhasil memberikan kontribusi besar bagi pengetahuan, mengenai peran mediasi kepuasan pelanggan dalam hubungan 'kualitas layanan-loyalitas pelangga' di Ghana, di mana subjeknya belum ditetapkan dengan baik pada basis industri keuangan dan perekonomian secara luas di negara Ghana.

Kekurangan : Kurangnya pengumpulan data pendukung yang mempengaruhi faktor utama dalam penelitian ini serta tidak dijelaskan terkait faktor yang mempengaruhi tersebut. Masih banyak penggunaan kata ataupun kalimat yang tidak sesuai dalam penulisan karya tulis ilmiah.

Persamaan : sama-sama memiliki tujuan penelitian yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

Perbedaan : hasil dari penelitian ini lebih berfokus pada kepuasan pelanggan daripada kualitas dan kepercayaan nasabah.

13. **Judul Jurnal** : Exploring the Relationships among Service Quality, Satisfaction, Trust and Store Loyalty among Retail Customers.

Penulis : Cerri Shpëtim

Sumber : International Journal of Competitiveness Vol. 4, Issue 4, pp. 16-35.-35, Desember 2018 ISSN 1804-171X.

Kelebihan

Pada penelitian ini, masalah yang menjadi pokok yang diteliti telah disajikan dengan korelasi dan pengujian yang akurat. Penelitian ini juga berkontribusi pada kemajuan merumuskan dan mengukur konstruksi kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas.

Kekurangan : Kurangnya pengumpulan data pendukung yang mempengaruhi faktor utama dalam penelitian ini. Meskipun hasil yang disajikan dalam penelitian ini berguna dalam memahami hubungan antara kualitas layanan dan faktor perilaku konsumen (kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas), ada beberapa keterbatasan yang perlu diatasi. Pertama, kerangka sampling mencakup mahasiswa.

Persamaan : sama-sama memiliki tujuan atau fokus masalah yang sama yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

Perbedaan : subjek dari penelitian ini berbeda dengan penelitian yang di tulis penulis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis hasil informasi data dari referensi yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik random sampling yang didapatkan pada pengujian data dari referensi-referensi jurnal terupdate baik secara nasional maupun internasional yang relevan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pembahasan dari penelitian ini didapatkan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang berhubungan yang membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada suatu perusahaan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk sikap, evaluasi menyeluruh dalam jangka panjang, sedangkan kepuasan adalah ukuran transaksi tertentu pada suatu perusahaan yang beroperasi dalam sektor jasa maupun barang dengan mempertimbangkan kebijakan mengenai pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan nilai kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Dilihat dari kualitas jasa (service quality) erat kaitannya dengan kepuasan konsumen karena itu merupakan kunci utama dalam perkembangan bisnis. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin meningkatnya juga kepuasan konsumen (Ahmad Guspul, 2014).

Adanya kualitas pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi dari harapan merupakan suatu kepuasan bagi nasabah atau konsumen. Jalinan hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan jika adanya dorongan dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan, yang pada akhirnya kepuasan pelanggan bisa menciptakan kesetiaan/loyal kepada perusahaan. Dalam rangka meningkatkan pelayanan, jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan bila pelayanan berada dibawah tingkat yang di harapkan, pelanggan akan merasa kurang/ tidak puas. Kesetiaan nasabah sangat penting dan dibutuhkan oleh perbankan untuk meningkatkan kualitas layanan. Apabila nasabah merasa bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik dan sesuai harapannya maka nasabah akan merasa puas, memiliki rasa percaya dan akan memiliki komitmen menjadi nasabah yang loyal (Dalia El Mosallamy *et al*, 2022). Jadi kualitas pelayanan sangat berpengaruh signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dilihat dari hasil pengujian data dari penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan mendapatkan hasil yang serupa.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kepercayaan melibatkan harapan satu orang bahwa orang lain akan berperilaku dengan cara tertentu (Cerri Shpëtim, 2018). Kepercayaan antara dua pihak mensyaratkan bahwa, jika satu bagian tidak seperti yang diharapkan, pihak lain akan mengalami hasil yang lebih negatif daripada jika yang lain berperilaku seperti yang diharapkan (Cerri Shpëtim, 2018).

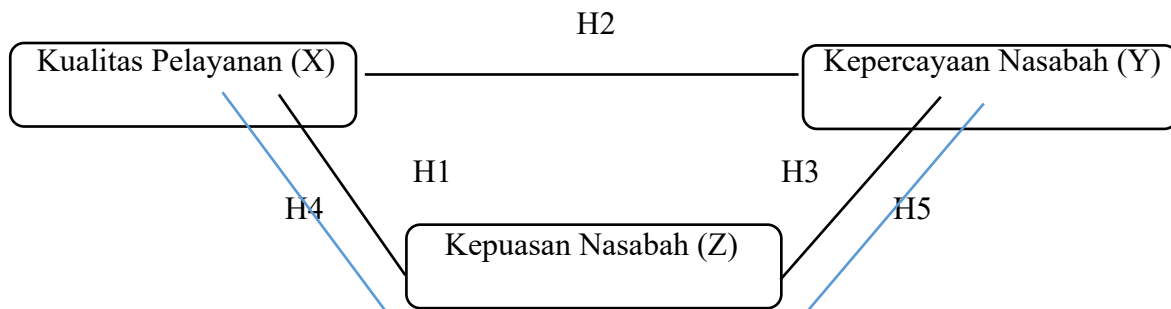
Loyalitas pelanggan dianggap sebagai kunci penting bagi keberhasilan dan keuntungan organisasi. Perusahaan dengan kelompok besar pelanggan setia telah terbukti memiliki pangsa pasar yang besar, dan pangsa pasar, pada gilirannya, telah terbukti terkait dengan tingkat pengembalian investasi yang lebih tinggi. Ini juga akan menilai efek kepuasan terhadap kepercayaan dan loyalitas, dan pengaruh kepercayaan pada loyalitas. Sektor perbankan harus mampu menjaga kepercayaan dari nasabah jika dana mereka akan disimpan dengan aman. Jika kepercayaan dari nasabah telah dibentuk, maka terbentuk juga loyalitas dari nasabah. Dilihat dari kondisi salah contoh pelayanan yang diberikan di PT. Bank Mandiri cabang Tambun Mangun jaya bisa dikatakan masih kurang baik, hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan kepada para konsumen cukup lama dan memakan waktu antriyang berkepanjangan sehingga konsume tidak bisa terlayani dengan cepat karena harus menunggu antrian. Waktu antri ini yang merupakan salah satu permasalahan standar dalam layanan Teller dengan transaksi setor tunai, penarikan tunai, dan transfer sesuai standar lainnya yang dimana dihitung sejak nasabah masuk antrian sampai nasabah ke konter Teller memakan waktu sekitar 5-10 menit (antrian wajar) namun realisasinya di lapangan, nasabah harus menunggu antrian hingga 15 menit. Dari hal ini bisa dilihat bahwa jika kepercayaan dari nasabah berkurang maka probabilitas dari suatu perusahaan itu juga menurun (Aldrias Satriady, 2022).

Jadi berdasarkan penelitian-penelitian yang ada sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini didapatkan hasil yang simultan positif yang signifikan antara hubungan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di suatu perusahaan.

Kerangka Berpikir

Berdasarkan tinjauan pustaka dari beberapa sumber yang dipilih oleh penulis, maka kerangka berfikir dapat disusun sebagai berikut : kepuasan nasabah sangat berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan karena jika pelayanan yang diberikan oleh suatu

perusahaan itu berkualitas dan menarik maka nasabah juga akan merasa puas dengan pelayanan di perusahaan tersebut.



Gambar 1. Kerangka Gambar

Keterangan gambar:

- X : Kualitas pelayanan
- Y : Kepercayaan Nasabah
- Z : Kepuasan Nasabah
- H1 :

Hipotesis Penelitian

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan nasabah
- H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh pada kepercayaan nasabah
- H3 : Kepercayaan berpengaruh pada kepuasan nasabah
- H4, H5: Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari ulasan atau review jurnal diatas dengan pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan nasabah PT X sangat berkaitan, maka ditariklah kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan sangat berkaitan dengan kepuasan dan profitabilitas pelanggan
2. Kepuasan pelanggan atau konsumen tergantung pada pelayanan yang berkualitas tinggi dari suatu perusahaan. Faktor-faktor yang berperan penting pada pelayanan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, berupa bukti fisik, keandalan, respon, keamanan, dan empati.
3. Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan loyalitas nasabah untuk mengajak atau menarik nasabah baru lainnya untuk bergabung di perusahaan terse
4. Jika kepercayaan dari nasabah telah dibentuk, maka selanjutnya tugas dari pihak perusahaan adalah mendapatkan dan memelihara loyalitas dari nasabah tersebut.
5. Dari keseluruhan penelitian yang ada terkait masalah yang diangkat penulis terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dilihat dari pengujian data yang di dapat dari para responden terhadap perusahaan atau PT yang diteliti.

Saran

Hasil penelitian-penelitian di atas yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan nasabah PT X dapat memberikan inspirasi dan

pengetahuan terkait masalah yang di angkat dilihat dari korelasi dan pengujian serta metode penelitian yang dilakukan. Namun masih terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memperbaiki bentuk penulisan, penggunaan kalimat yang baku dan sederhana agar mudah dipahami pembaca atau peneliti lainnya ketika mengakses penelitian dari para penulis jurnal-jurnal di atas dan mungkin kedepannya harus perbanyak dan pertajam kemampuan penulis maupun pemaca lainnya dalam melakukan dan mengkaji kembali jurnal-jurnal atau penelitian sebelumnya terkait masalah atau ide yang diangkat agar lebih mempekaya suatu laporan yang di tulis.

BIBLIOGRAPHY

- Ahmad Guspul, (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)*. Jurnal PPKM UNSIQ I (2014) 40-54, ISSN: 2354-869X.
- Aldrias Satriady (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (MINISTAL) Vol.1, No.1, 2022: 1-18.
- Bunga Vabiola Ghantynireta, Inayatillah, & Evriyenn (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (studi pada Bank Rakyat Indonesia Syariah cabang Darussalam Banda Aceh)*. Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business – Volume 2 Nomor 2.
- Cerri Shpëtim (2018). *Exploring the Relationships among Service Quality, Satisfaction, Trust and Store Loyalty among Retail Customers*. International Journal of Competitiveness Vol. 4, Issue 4, pp. 16-35.
- Dr Daniel Kasser Tee (2022). *Mediating Effect of Customer Satisfaction on the Relationship between Service Quality and Customer Loyalty in the Ghana Banking Industry*. International Journal of Research and Scientific Innovation (IJRSI) |Volume IX, Issue IV, April 2022|ISSN 2321-2705.
- Dalia El Mosallamy & Madiha Metawie (2022). *The Impact of Internet Banking at Times of Pandemic; Customer Experience, Satisfaction, Trust, Loyalty, E-service Quality and Bank's Financial Performance; An Application on Egyptian Public*. Journal of Business and Management Sciences, Vol. 10, No. 2, 70-79.
- I Gede Nyoman Carlos W, I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi, & Ni Kd Sioaji Yamawati (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI TBK cabang Gianyar*. Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi; Vol. 13, No. 2 Januari, pp. 164-168, ISSN: 2301-8879 E-ISSN: 2599-1809.
- Kirana Apsari Ayuningtyas & Salim Siregar (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang)*. Jurnal Manajemen Volume 11 No 1, Januari-Juni, e-ISSN 2627-7872/2088-8554.
- Ruth Jesica Caroline, P Simarmata & Sri Murtatik (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT BCA Finance kantor pusat Pondok Indah Jakarta selatan*. Jurnal EKONOMI DAN BISNIS, Vol. 4 No. 1, Januari-Juni.
- Suharlina & Muh. Ferils (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah*. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Volume. 24 Issue 2 Pages 414-421, ISSN: 1411, 1713 (Print) , 252, 150X (Online).
- Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel & Imelda W. J.(2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulut GO*. Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018, Hal. 1198 – 1207

- Verawaty, Nuraeni Saeni, We Tenri Fatimah Singkeruang, Al Kausar & Mattarima (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang pada PT. TIKI cabang Makassar*. *Journal of Management*, 5(2).
- Yulia Widi Astuti1, Ratno Agriyanto & Ahmad Turmudzi (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah*. *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA* Volume XIX, No. 3, Desember, halaman 134-158