

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH STUDI KASUS PADA NASABAH BANK  
JATIM CABANG PEMBANTU BEKASI**

**DONI YAN AKBAR**

[doniyanakbar@yahoo.co.id](mailto:doniyanakbar@yahoo.co.id)

Mahasiswa Program S1 Manajemen STIM Budi Bakti

**RETNO PRATIWI SAKTI**

[retnopratiwisaktidedi@gmail.com](mailto:retnopratiwisaktidedi@gmail.com)

Dosen STIM Budi Bakti

**ABSTRAK**

Nasabah merupakan aset terpenting dalam dunia perbankan karena itu wajib hukumnya bagi perbankan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan demi kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan nasabah untuk tetap berjalannya suatu bisnis perbankan dalam jangka waktu yang panjang. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan nasabah sehingga membuat nasabah merasakan kepuasan dalam pelayanan tersebut sesuai dengan harapannya. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena lokasi yang strategis akan menjamin akses yang cepat dan memudahkan nasabah untuk datang ke bank tersebut. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, ketiga variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan.

**Kata Kunci:** *Kualitas pelayanan, Lokasi, Kepuasan nasabah*

## **ABSTRACT**

*Customers are the most important asset in the banking world because it is obligatory for banks to provide the best service to customers, therefore companies must improve the quality of service for customer satisfaction. Customer satisfaction is a very valuable thing in order to maintain the existence of a customer to keep a banking business running for a long period of time. Service quality is a condition related to how far the company can provide good service according to customer expectations so as to make customers feel satisfaction in the service according to their expectations. Location has a significant effect on customer satisfaction, because a strategic location will ensure fast access and make it easier for customers to come to the bank. Based on the results of hypothesis testing, the three variables have a significant effect on customer satisfaction. The factor that most influences customer satisfaction is service quality.*

**Keywords:** *Service quality, location, Customer satisfaction.*

### **Pendahuluan**

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang memiliki kewenangan untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat umum. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 31, pengertian Bank adalah suatu lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak-pihak yang memerlukan dana, serta sebagai lembaga yang berfungsi

memperlancar lalu lintas pembayaran.

Pada era globalisasi ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan nasabahnya, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi nasabahnya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Nasabah diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada nasabah. Usaha memuaskan kebutuhan nasabah harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “win-win situation” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan nasabahnya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Chandra dan Danny, 2001).

Seiring dengan terus berkembangnya perusahaan dan untuk lebih menampilkan citra positif perusahaan, maka manajemen nama sebutan (*call name*) PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk disebut juga Bank Jatim.

Bank Jatim sebagai bank yang modalnya dimiliki oleh Pemerintah Daerah tingkat I dan Pemerintah Daerah tingkat II se Jawa Timur yang bergerak dalam bidang bisnis jasa perbankan ini mempunyai visi “Menjadi BPD No. 1 se Indonesia”. Dengan adanya visi tersebut sudah tentu PT. Bank Jatim harus selalu melakukan pelayanan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan dan lokasi terhadap nasabah menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis perbankan ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH” (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi).

### **Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi?
2. Apakah lokasi kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi?
3. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi?

### **Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:**

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan karyawan Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi terhadap nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan nasabah

Bank Jatim Cabanag Pembantu Bekasi.

## **Landasan Teori**

### **Teoritis Mengenai Manajemen Pemasaran**

Kotler & Armstrong (dalam priansa, 2017:4) menjelaskan bahwa Manajemen pemasaran adalah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan.

### **Tinjauan Teoritis Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2018) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Kotler dan Fandy Ciptono (2016:284) dimensi kualitas layanan ada 5 diantaranya:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)
2. *Realibility* (Kehandalan)
3. *Responsivinnes* (Daya Tanggap)
4. *Assurance* (Jaminan)
5. *Emphaty* (Kepedulian).

### **Tinjauan Teoritis Lokasi**

Menurut Tjiptono (2015:345) lokasi mengacu pada berbagai

aktifitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian dan penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Lokasi merupakan tempat melayani nasabah, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Definisi lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Penentuan lokasi adalah strategi utama dalam usaha ritel. Lokasi yang strategis akan menjadi jalan pembuka yang menentukan kesuksesan sebuah usaha ritel. Banyak pengusaha ritel yang terkadang kurang memahami pentingnya lokasi ketika membuka usaha ritel sehingga tidak melakukan survei lokasi dan menyusun strategi yang tepat dalam pemilihan lokasi tersebut. Beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk menilai suatu lokasi yang strategis adalah sebagai berikut:

A. Letak lokasi yang berada atau di sekitar (dekat dengan) pusat aktivitas perdagangan dan perkantoran.

Letak lokasi ini menjadi strategis karena umumnya di pusat perdagangan dan perkantoran terdapat traffic yang sangat

tinggiKepadatan lalu lintas secara otomatis menciptakan pasar atau membawa konsumen melewati lokasi usaha ritel dan memperbesar kemungkinan mereka untuk berhenti dan berbelanja, atau minimal mengetahui keberadaan usaha ritel tersebut.

B. Kedekatan lokasi dengan target pasar; Sebuah lokasi dikatakan strategis bila mudah dijangkau target pasar atau konsumen.

C. Terlihat jelas dari sisi jalan; Lokasi yang baik berarti mempermudah konsumen dalam melihat, mencari, dan menemukan usaha ritel ini. Dengan kata lain, lokasi yang baik memiliki visibilitas yang tinggi.

D. Akses ke lokasi baik; Akses sangat mempengaruhi nilai strategis suatu lokasi. Kriteria akses yang baik misalnya jalan yang beraspal baik, mulus, tidak bergelombang, dan tidak berlubang, adanya pola rute jalan yang teratur dan tidak semrawut, serta bebas dari ancaman banjir pada musim hujan.

### **Tinjauan Teoritis Kepuasan Nasabah**

Kotler (2006) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan

kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, nasabah tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Dari berbagai definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Penilaian kepuasan pelanggan mempunyai tiga bentuk yang berbeda, yaitu:

- *Positive disconfirmation*, dimana kinerja lebih baik dari harapan
- *Simple confirmation*, dimana kinerja sama dengan harapan
- *Negative disconfirmation*, dimana kinerja lebih buruk dari harapan.

Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak berarti memberikan kepada pelanggan apa yang kita perkirakan disukai oleh nasabah. Namun kita harus memberikan apa yang sebenarnya mereka inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka memperolehnya, oleh karena itu perlu diketahui tahapan-tahapan yang membentuk kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Menemukan kebutuhan pokok, yang merupakan “*the basic needs of costumers*”
2. Mencari tahu apa yang sebenarnya menjadi harapan pelanggan, sehingga mereka bersedia datang kembali untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan.
3. Harus selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan dan melakukan hal-hal yang melebihi harapan pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (1999) ada 2 model kepuasan pelanggan yaitu:

1. Model Kognitif; Penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan perbedaan yang ideal dengan yang aktual. Apabila yang ideal sama dengan persepsinya maka pelanggan akan puas, sebaliknya apabila perbedaan antara yang ideal dan yang aktual semakin besar maka konsumen semakin tidak puas. Berdasarkan model ini maka kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan 2 cara yang utama, yaitu:
  - a. Mengubah penawaran perusahaan agar sesuai dengan yang ideal.

- b. Meyakinkan pelanggan bahwa yang ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

2. Model Afektif; Model Afektif mengatakan bahwa penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan regional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (*learning behavior*), emosi perasaan spesifik (kepuasan, keengganan), suasana hati (*mood*) dan lain-lain.

### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono:2016).

1. Variabel Bebas / Independen (Variabel X) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono:2014). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :
  - Variabel bebas 1 (X1)  
: Kualitas Pelayanan
  - Variabel bebas 2 (X2)  
: Lokasi
2. Variabel Terikat / dependen (Variabel Y) yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel

bebas (Sugiyono :2014). Variabel terikat atau variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi.

### Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dijadikan sampel penelitian sebanyak 50 orang, adapun karakteristik responden yang dijadikan objek penelitian dikumpulkan melalui identitas angket. Untuk lebih jelasnya berikut ini dikemukakan karakteristik responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin  
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 4.1

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekwensi	Persentase %
Laki-laki	30 orang	60%
Perempuan	20 orang	40%
Jumlah	50 orang	100%

Sumber: Data diolah September 2020 (SPSS Versi 25)

Berdasarkan table 4.1 diatas tentang karakteristik responden berdasar jenis kelamin, dari 50 orang total responden, yaitu 30 orang berjenis kelamin laki-laki dan 20 orang berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada table berikut ini

Tabel 4.2

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekwensi	Persentase %
17 – 23	2 orang	4 %
24 – 30	12 orang	24 %
31 – 37	11 orang	22 %
38 – 44	23 orang	46 %
45 – 61	2 orang	4 %
Lebih dari 62 tahun	0 orang	0 %
<b>Jumlah</b>	<b>50 orang</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah September 2020 (SPSS Versi 25)

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan jenis pendidikan dapat dilihat pada table berikut ini

Tabel 4.3

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Frekwensi	Persentasi %
Tamat SD	0 orang	0%
Tamat SMP	0 orang	0%
Tamat SMA	25 orang	50%
Tamat Diploma	10 orang	20%
Tamat Sarjana	15 orang	30%
<b>Jumlah</b>	<b>50 orang</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah September 2020 (SPSS Versi 25)

Berdasarkan table 4.3 di atas tentang karakteristik nasabah berdasarkan pendidikan, sebanyak 25 orang dari total 50 orang responden yaitu tamatan SMA, ini menunjukkan nasabah/responden adalah pekerja menengah kebawah.

**4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada table berikut ini

Tabel 4.4

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekwensi	Persentasi %
Pelajar	1	2%
Pegawai Negeri	2	4%
Pegawai Swasta	45	90%
Wiraswasta	2	4%
Ibu Rumah Tangga	0	0%
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah September 2020 (SPSS Versi 25)

Berdasarkan table 4.4 di atas tentang karakteristik nasabah berdasarkan pekerjaan, sebanyak 45 orang dari total 50 orang responden yaitu bekerja sebagai pegawai swasta, ini menunjukkan nasabah/responden adalah pekerja menengah kebawah.

**5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 4.5

**Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

Penghasilan	Frekwensi	Persentasi %
Dibawah 3jt	2	4%
3 jt – 5jt	25	50%
6jt – 10jt	23	46%
Diatas 10jt	0	0%
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



Sumber: Data diolah September 2020 (SPSS Versi 25)

Berdasarkan table 4.3 di atas tentang karakteristik nasabah berdasarkan penghasilan, sebanyak 25 orang dari total 50 orang responden yaitu berpenghasilan 3jt s/d 5jt, sedangkan yang berpenghasilan 6jt s/d 10jt yaitu berada diangka 23 orang.

### **Pengujian Data**

Uji validitas adalah instrument yang valid bearti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid bearti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila korelasi factor tersebut positif dan besarnya 0,3 (Construct Validity) ke atas maka instrumen yang digunakan bisa dikatakan valid (Sugiyono;2015).

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **1. Deskripsi Data**

##### **a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

berdasarkan tabel 4.1 karakteristik responden diketahui responden lelaki sebanyak 30 orang dan responden perempuan sebanyak 20 orang.

##### **a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden diketahui bahwa nasabah yang berumur 17-23 tahun sebanyak 2 orang (4%), 24-30 tahun sebanyak 12 orang (24%), 31-37 tahun sebanyak 11 orang (22%), 38-44 tahun sebanyak 23 orang (46%), 45-61 tahun sebanyak 2 orang (4%) dan diatas 62 tahun 0 orang.

##### **b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden diketahui bahwa nasabah yang tamat SMA sebanyak 25 orang (50%), tamat Diploma sebanyak 10 orang (20%), taman Sarjan sebanyak 15 orang (30%).

##### **c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden diketahui bahwa nasabah yang pelajar sebanyak 1 orang (2%), pegawai negeri sebanyak 2 orang (4%), pegawai swasta sebanyak 45 orang (90%), wiraswasta sebanyak 2 orang (4%).

##### **d. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan tabel 4.21 tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 11,8%, Setuju (S) = 74%, Ragu-Ragu

(RG) = 12,8%, Tidak Setuju (TS) = 1,2% dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 0,13%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan pernyataan variabel Kualitas Pelayanan.

e. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Lokasi

Berdasarkan tabel 4.28 tanggapan responden terhadap variabel lokasi diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 27%, Setuju (S) = 62,2%, Ragu-Ragu (RG) = 9,3%, Tidak Setuju (TS) = 1% dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 0%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan pernyataan variabel lokasi.

f. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.37 tanggapan responden terhadap variabel kepuasan nasabah diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 12,25%, Setuju (S) = 77,5%, Ragu-Ragu (RG) = 9,25%, Tidak Setuju (TS) = 1% dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 0%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan pernyataan variabel kepuasan nasabah.

## 2. Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel koefisien determinasi diketahui nilai  $R^2$  sebesar 0,789 (78,9%). Hal ini menunjukkan bahwa 78,9% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan lokasi, sedangkan sisanya 21,1% dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jatim Capem Bekasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 13,385 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,837 maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Capem Bekasi.

Variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah, hal ini didasari karena nasabah mempertimbangkan atau menilai produk atau jasa tersebut, ketika kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Capem Bekasi kepada nasabah baik, maka nasabah akan merasa puas. Hal ini

bearti juga bahwa jika kualitas pelayanan semakin bagus, maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah tersebut.

#### 4. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jatim Capem Bekasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi diperoleh nilai t hitung sebesar 5,941 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,837 maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Capem Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah jasa perbankan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa lokasi yang terjangkau akan dipertimbangkan nasabah dalam mengambil keputusan penggunaan jasa perbankan di Bank Jatim daripada Bank lainnya.

#### 5. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jatim Capem Bekasi

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 87,815 dengan

signifikansi sebesar 0,000, oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka penelitian ini membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Capem Bekasi.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis tentang pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi, maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan analisa deskriptif, kategori variabel kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan nasabah sebagian besar responden menyatakan setuju.
- 2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi, diperoleh thitung (13,789) > ttabel (1,677) dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_{0.1}$  ditolak dan  $H_{1.1}$  diterima. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  (R Square) = 0,789, maka kualitas pelayanan mempunyai pengaruh besar sebesar 78,9% terhadap kepuasan nasabah, dimana sisanya sebesar 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

- 3) Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi, diperoleh thitung (5,941) > ttabel (1,677) dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_{0.2}$  ditolak dan  $H_{1.2}$  diterima. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  (R Square) = 0,424, maka kualitas pelayanan mempunyai pengaruh besar sebesar 42,4% terhadap kepuasan nasabah, dimana sisanya sebesar 57,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
- 4) Kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi diperoleh Fhitung (87,815) > Ftabel (2,41) dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_{0.3}$  ditolak dan  $H_{0.3}$  diterima. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  (R Square) = 0,789, maka kualitas pelayanan mempunyai pengaruh besar sebesar 78,9% terhadap kepuasan nasabah, dimana sisanya sebesar 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
- 5) Kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai Fhitung > Ftabel yaitu 87,815

> 2,41 dengan signifikan sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ).

## 5.2 Sarana

Dari kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan pada nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi sudah memiliki kriteria baik, dilihat dari beberapa pernyataan yang telah diberikan kepada nasabah dinilai pelayanan yang diberikan karyawan Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi sudah sangat baik sehingga kualitas pelayanan harus tetap dipertahankan atau lebih ditingkatkan dikarenakan responden yang menjawab Ragu-Ragu (96) lebih banyak dari responden yang menjawab Sangat Setuju (89) agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
- 2) Untuk variabel lokasi, Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi mempunyai lokasi yang strategis dikarenakan beberapa hal seperti dekat dengan pusat kota, dilalui oleh angkutan umum, tempat parker yang luas dan nyaman, hanya saja tidak terdapat reklame/plank Bank Jatim yang besar, sehingga tidak terlalu nampak dari jalan raya karena terhalang oleh banyaknya ruko disamping

kantor Bank Jatim, terbukti dari kuesioner yang diajukan ke responden, terdapat jawaban tidak setuju sebanyak 2 orang.

- 3) Nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi dinilai dinilai sudah puas sehingga dengan pelayanan yang diberikan kepada nasabah, diharapkan pelayanan kepada nasabah dipertahankan atau lebih ditingkatkan agar nasabah tidak pindah ke bank

lain selain Bank Jatim Capem Bekasi.

- 4) Bank Jatim Cabang Pembantu Bekasi harus tetap mengadakan evaluasi terutama dalam hal mempertahankan hubungan yang selama ini sudah terjalin antara nasabah dan Bank Jatim, seperti memberikan hal-hal kecil seperti memberikan yang bisa membuat hati nasabah senang