

## The Influence Of Service Quality And Company's Image On Customer Satisfaction At Bank Muamalat Bengkulu

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Cabang Bengkulu

Erenherlika <sup>1)</sup>; Neri Susanti <sup>2)</sup>; Zoniarti <sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [erenherlika83@gmail.com](mailto:erenherlika83@gmail.com), <sup>2)</sup> [nerisusanti@unived.ac.id](mailto:nerisusanti@unived.ac.id), <sup>3)</sup> [Zoniarti@unived.ac.id](mailto:Zoniarti@unived.ac.id)

#### How to Cite :

Erenherlika, E. Susanti, N., Zoniarti, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Cabang Bengkulu .. JURNAL EMBA REVIEW, 3(2). DOI: <https://doi.org/10.53697/emba.v3i2>

#### ARTICLE HISTORY

Received [22 Oktober 2023]

Revised [05 Desember 2023]

Accepted [11 Desember 2023]

#### KEYWORDS

service quality, company image, customer satisfaction

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Tujuan Penelitian Ini Adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Sampel dalam penelitian ini 100 orang nasabah yang melakukan transaksi pada Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Teknik pengambilan sampel adalah teknik accidental sampling pengumpulan data yang menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa  $Y=14.005+2.522X_1+5.333X_2+2.683$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) menunjukan thitung 2.522 > ttabel 1.660 dan signifikan 0,013 < 0,05 maka hasil hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, berarti Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ). variabel Citra Perusahaan ( $X_2$ ) menunjukan thitung 5.333 > ttabel 1.660 dan signifikan 0,000 < 0,05 maka hasil dari hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, Berarti Citra Perusahaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ). Hasil perhitungan hipotesis secara simultan menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 artinya secara bersama-sama,  $X_1$  (Kualitas Pelayanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) dan  $X_2$  mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ).

#### ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of service quality and company's image on customer satisfaction at Bank Muamalat Bengkulu Branch. The sample in this research was 100 customers who made transactions at Bank Muamalat Bengkulu Branch. The sampling technique is an accidental sampling technique for collecting data using a questionnaire and the analysis method used is multiple linear regression, classical assumption testing and hypothesis testing. Based on the results of multiple linear regression research, it shows that  $Y=14.005+2.522X_1+5.333X_2+2.683$ . The research results show that the variable Service Quality ( $X_1$ ) shows tcount 2.522 > ttable 1.660 and is significant 0.013 < 0.05, so the hypothesis results  $H_a$  are accepted and  $H_o$  is rejected, meaning that Service Quality ( $X_2$ ) has a positive and

significant effect on Customer Satisfaction (Y). The variable Company Image (X2) shows  $t_{count} 5.333 > t_{table} 1.660$  and is significant  $0.000 < 0.05$ , so the results of the hypothesis  $H_a$  are accepted and  $H_o$  is rejected, meaning that Company's Image (X2) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y). The results of simultaneous hypothesis calculations show a significant value of  $0.000 < 0.05$ , meaning that together, X1 (Service Quality) has a positive and significant influence on Customer Satisfaction (Y) and X2 has a positive and significant influence on Customer Satisfaction (Y).

## PENDAHULUAN

Menurut Rusdanti (2004:13). Kondisi dunia perbankan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan dari waktu ke waktu. Perubahan ini selain disebabkan oleh perkembangan internal dunia perbankan, juga tidak lepas dari pengaruh perkembangan di luar dunia perbankan seperti sektor perdagangan. Dari zaman kemerdekaan perbankan di Indonesia bertambah maju dan berkembang hal ini disebabkan karena perkembangan perbankan di Indonesia mengalami sangat pesat dari tahun ketahun yang mempunyai peranan penting dalam membantu pemerintah dalam pembangunan perekonomian dan infrastruktur.

Menurut Kloter dan Keller (2016:14) itu kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan keinginan nasabah. Kualitas yang baik kepada nasabah akan mampu meningkatkan kepercayaan terhadap bank dan memberikan pelayanan yang baik juga akan menumbuhkan citra yang baik pula pada nasabah salah satu strategi yang dilakukan oleh bank yaitu dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabahnya pelayanan tersebut dapat berupa senyuman, sopan santun serta kenyamanan yang di berikan karyawan kepada nasabahnya, Jika pelayanan yang diberikan karyawan itu baik maka akan adanya ketertarikan nasabah untuk menggunakan suatu jasa pada bank tersebut. Terutama membangun kualitas pelayanan yang baik dan mengembangkan hubungan yang mampu membuat nasabah merasa di istimewa dan dihargai secara pribadi. Hal tersebut akan mendorong image perusahaan yang baik dan dapat meningkatkan prinsip kepercayaan jika diterapkan dalam kegiatan perbankan akan dapat membantu bank untuk terhindar kemungkinan timbulnya risiko kehilangan kepercayaan dan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, prinsip kepercayaan penting untuk diterapkan dalam kegiatan perbankan agar mampu menjaga dan mempertahankan loyalitas nasabah yang melakukan transaksi keuangan pada bank.

Menurut Adona (2006:107) Citra Perusahaan yaitu respon masyarakat terhadap perbankan yang diwujudkan dalam ide atau keyakinan masyarakat terhadap produk atau jasa yang di tawarkan oleh perbankan tersebut, Untuk menciptakan suatu image perusahaan yang positif atau baik dapat dilakukan dengan membantu nasabah melihat keistimewaan perusahaan tersebut dengan cara yang terbaik, baik dari produk maupun jasa dan apapun yang mendukung keistimewaan dari perusahaan tersebut. Menurut Abdullah (2012). Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan harapan sehingga dapat di simpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang, puas dengan pelayanan di karenakan sesuai dengan cara membandingkan antara harapan dan pengalaman dari kinerjapenyedia jasa.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Kloter dan Keller (2016:14) Kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan. Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan terciptanya kepuasan. Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan pelayanan yang terbaik supaya mampu

bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mounth) yang menguntungkan perusahaan menurut Arianto (2018:83)

### Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2015:216) elemen kualitas jasa (layanan) terdiri dari:

1. Tangible (Berwujud)  
Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemepuan sarana dan prasaranan fisik perusahaan yang dapat dianadalkan keadaan lingkungan dan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. Realibility (Keandalan)  
Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan susai dengan yang dijanjikan secara aktual dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan.
3. Responsiveness (Ketanggapan) Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat pada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu meciptkan perssepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
4. Assurances ( Jaminan)  
Yaitu pengetahuan, kesopanansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empathy (Empati)  
Yaitu memberikan perhatian yang tulus kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.

### Citra Perusahaan

Menurut Adona (2006:107) Citra Perusahaan adalah kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman mereka sendiri. Istilah citra ini digunakan dalam berbagai konteks seperti citra terhadap orang, lembaga, perusahaan, merk dan sebagainya. "Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau public relation." Menurut Nguyen dan Le Blanc dalam Flavian et al. (2005) Citra dalam bahasa inggris disebut dengan istilah image, yang artinya sejumlah kepercayaan, ide atau nilai dari seseorang terhadap suatu objek, merupakan konstruksi mental seseorang yang diperolehnya dari hasil pergaulan atau pengalaman seseorang, atau merupakan interpretasi, reaksi, persepsi atau perasaan dari seseorang terhadap apa saja yang berhubungan denganya. Citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil.

### Indikator Citra Perusahaan

Indikator Citra Perusahaan mempengaruhi kesan Dan persepi objek sasaran terhadap perusahaan. Berikut ini beberapa indicator citra perusahaan menurut pendapat para ahli: Menurut Kotler dan Keller (2012 citra perusahaan terdiri dari empat asosiasi penting sebagai berikut:

1. Atribut produk, manfaat dan perilaku umum atau merek perusahaan dapat menarik pelanggan pada asosiasi yang tinggi mengenai atribut suatu produk dan inovasi- inovasi pemasaran yang dilakukan perusahaan.
2. Karateristik karyawan dan hubungan dengan pelanggan, citra perusahaan dapat terlihat dari karateristik karyawan seperti pelayanan yang diberikan karyawan terhadap pelanggan.
3. Nilai dan program citra

4. Perusahaan dapat dilihat dari nilai-nilai dan program yang diciptakan perusahaan. Nilai dan program tersebut tidak selalu berhubungan dengan produk yang dijual.
5. Kredibilitas perusahaan citra perusahaan dapat berupa pendapat atau pelayanan mengenai perusahaan, juga sikap pendapat terhadap perusahaan yang kompeten dalam menjual produk dan menyampaikan jasa, serta besarnya tingkat kesuksesan juga ketertarikan pelanggan kepada perusahaan.

### **Kepuasan Nasabah**

Kepuasan menurut kamus bahasa Indonesia, Merasa senang prihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Kepuasan merupakan tingkat dimana kinerja dianggap sesuai dengan ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli maka pelanggan kecewa, jika kinerja produk atau jasa sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan puas. Menurut Kotler dan Keller, (2016) Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas.

### **Indikator Kepuasan Nasabah**

Menurut Tjiptono (2015), kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat yaitu :

1. Hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian jasa atau produk ulang.
3. Mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Memberikan suatu rekomendasi informal dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh meningkat

## **METODE PENELITIAN**

### **Uji Validitas**

Uji validasi adalah hasil yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (sugiyono 2013:76). Dalam uji validasi digunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan Coefficient Correlation Person. Dasar pengambilan keputusan menguji validitas adalah:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  Maka variabel tersebut valid.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  Maka variabel tersebut tidak valid.

### **Uji Reliabilitas**

adalah Pengujian reliabilitas instrument dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest, equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu (sugiyono, 2015:87) Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien Alpha Cronbach. Koefisien Alpha Cronbach menafsirkan korelasi antar skala indikator yang dapat diterima apabila koefisien alpha di atas 0,60 maka dikatakan reliabel dan kalau dibawah 0,60 berarti tidak reliabel (Ghozali, 2015:66).

### **Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda adalah metode untuk mempelajari Suatu kejadian yang dipengaruhi lebih dari satu variabel. Menurut Kuncoro (2013:241) Analisis regresi linier berganda digunakan

untuk melihat seberapa besar pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat, dan variabel bebas dari satu. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan:

Y= Kepuasan

a= Konstanta

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Citra Perusahaan

c= Error

### Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut Ghozali (2016:154) bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas data dilakukan dengan melihat probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Adapun kriteria atau dasar pengujian normalitas adalah:

1. Jika data menyebar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Heteroskedasitas

Menurut Imam Ghozali (2016:134) bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka homoskedasitas dan jika berbeda di sebut heteroskedasitas. Model regresi baik adalah yang homoskedasitas atau tidak menjadi heteroskedasitas. Pengambilan keputusan untuk uji heteroskedasitas adalah :

1. Jika ada plot tertentu, seperti titik ada yang membentuk bola tertentu teratur (bergelombang, dan melebur lalu kemudian menyempit maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedasitas.
2. Jika titik ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.

### Uji T (Persial)

Uji hipotesis menggunakan uji t dengan modal regresi linier berganda yaitu untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara persial dengan menggunakan SPSS versi 16 (Ghozali, 2018). Uji t digunakan untuk membuktikan apakah indikator dari pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Bengkulu:

1. Jika probabilitas (sig) < alpha 0.05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
2. Jika probabilitas (sig) > alpha 0.05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  diterima

### Uji F ( Simultan )

Menurut Ghozali (2016:977) Uji merupakan alat ukur untuk menjelaskan tentang pengaruh yang sama pada variabel bebas terhadap variabel terkait secara simultan. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terkait tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0,5 atau 5%

1. Jika nilai probabilitas adalah sebesar 0,5 atau 5% maka seluruh variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait.

2. Jika Nilai probabilitas signifikan  $>5\%$  (0,05) maka seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terkait.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Siregar (2013:338) koefisien determinasi  $R^2$  adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi sumbangan yang diberikan oleh variabel atau lebih (X) bebas terhadap variabel (Y) terkait mengetahui nilai dapat dilihat pada SPSS. Koefisien determinasi  $R^2$  mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai pada koefisien determinasi berada diantara 0 dan.

1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan suatu variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 merupakan variabel-variabel independen
2. memberikan hampir seluruh informasi yang digunakan guna memvariasi variabel dependen tapi mempunyai kemungkinan bisa jumlah variabel independen yang dimasukkan model.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya indikator digunakan dalam penelitian. Dapat dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  diperoleh dari  $n-2=100-2 = 98$  dengan nilai sebesar 0,165. Hasil pengujian validasi dari indikator penelitian seperti pada table berikut:

**Tabel 1 Uji Validitas Indikator Penelitian variabel (X1)**

NO	ITEM PERNYATAAN	R-tabel (n-2)	R-hitung	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)				
1	X1.1	0,165	0,537	Valid
2	X1.2	0,165	0,574	Valid
3	X1.3	0,165	0,540	Valid
4	X1.4	0,165	0,619	Valid
5	X1.5	0,165	0,630	Valid
6	X1.6	0,165	0,647	Valid
7	X1.7	0,165	0,641	Valid
8	X1.8	0,165	0,637	Valid
9	X1.9	0,165	0,527	Valid
10	X1.10	0,165	0,512	Valid
11	X1.11	0,165	0,599	Valid
12	X1.12	0,165	0,648	Valid
13	X1.13	0,165	0,533	Valid
14	X1.14	0,165	0,596	Valid
15	X1.15	0,165	0,581	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan uji Validitas pada variabel (X1) yaitu Kualitas Pelayanan dinyatakan bahwa dari 15 indikatornya penelitian seluruh indikator memiliki tingkat validitas yang sesuai dengan kriteria yang diajukan pada penelitian ini, yaitu semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan sebagai alat penelitian.

**Tabel 2. Uji Validitas Indikator Penelitian variabel (X2)**

NO	ITEM PERNYATAAN	R-tabel (n-2)	R-hitung	Keterangan
Citra Perusahaan (X2)				
1	X2.1	0,165	0,651	Valid
2	X2.2	0,165	0,638	Valid
3	X2.3	0,165	0,653	Valid
4	X2.4	0,165	0,504	Valid
5	X2.5	0,165	0,591	Valid
6	X2.6	0,165	0,517	Valid
7	X2.7	0,165	0,666	Valid
8	X2.8	0,165	0,611	Valid
9	X2.9	0,165	0,585	Valid
10	X2.10	0,165	0,582	Valid
11	X2.11	0,165	0,579	Valid
12	X2.12	0,165	0,628	Valid
13	X2.13	0,165	0,448	Valid
14	X2.14	0,165	0,520	Valid
15	X2.15	0,165	0,648	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2023

Berdasarkan uji Validitas pada variabel (X2) yaitu Citra Perusahaan dinyatakan bahwa dari 15 indikatornya penelitian seluruh indicator memiliki tingkat validitas yang sesuai dengan kriteria yang diajukan pada penelitian ini, yaitu semua indicator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan sebagai alat penelitian.

**Tabel 3. Uji Validitas Indikator Penelitian variabel (Y)**

NO	ITEM PERNYATAAN	R-tabel (n-2)	R-hitung	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)				
1	Y.1	0,165	0,724	Valid
2	Y.2	0,165	0,610	Valid
3	Y.3	0,165	0,718	Valid
4	Y.4	0,165	0,727	Valid
5	Y.5	0,165	0,683	Valid
6	Y.6	0,165	0,607	Valid
7	Y.7	0,165	0,663	Valid
8	Y.8	0,165	0,567	Valid
9	Y.9	0,165	0,547	Valid
10	Y.10	0,165	0,503	Valid
11	Y.11	0,165	0,618	Valid
12	Y.12	0,165	0,597	Valid
13	Y.13	0,165	0,533	Valid
14	Y.14	0,165	0,634	Valid
15	Y.15	0,165	0,437	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan uji Validitas pada variabel (Y) yaitu Kepuasan Nasabah dinyatakan bahwa dari 15 indikatornya penelitian seluruh indicator memiliki tingkat validitas yang sesuai dengan kriteria yang diajukan pada penelitian ini, yaitu semua indicator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan sebagai alat penelitian.

### Uji Realibilitas

Koefisien Alpha Cronbach menafsirkan korelasi anatar skala indicator yang dapat diterima apabila koefisien alpha diatas 0,60 maka dikatakan realibel dan kalau dibawah 0,60 bearti tidak Realibel (Ghozali,2015:66). Hasil pengujian realibilitas variabel penelitian dapat dilihat pada table 6 berikut ini.

**Tabel 4 Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.864	0,6	RELIABEL
Citra Perusahaan	0.867	0,6	RELIABEL
Kepuasan Nasabah	0.880	0,6	RELIABEL

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil oleh data reliabilitas, dinyatakan bahwa data yang di uji memiliki nilai variabel reliabilits yang Realibel atau dapat dipercaya secara keseluruhan karena nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai yang lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu 0,06. Dari hasil pada tabel diatas dapat dilihat nilai reliabilitas pada kualitas pelayanan yaitu sebesar 0.864, Dan nilai reabilitas pada Citra perusahaan yaitu sebesar 0,867, dan nilai reliabilitas pada kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,880. Yang berarti bahwa seluruh instrumen penelitian adalah realibel (andal).

### Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada table 7 berikut ini

**Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.005	5.220		2.683	.009
x1	.293	.116	.245	2.522	.013
x2	.517	.097	.519	5.333	.000
a. Dependent Variable: y					

Sumber: Hasil SPSS 25,

Dari hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 14.005 + 2.522X_1 + 5.333X_2 + 2.683$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b<sub>1</sub>b<sub>2</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Citra Perusahaan

Persamaan Regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

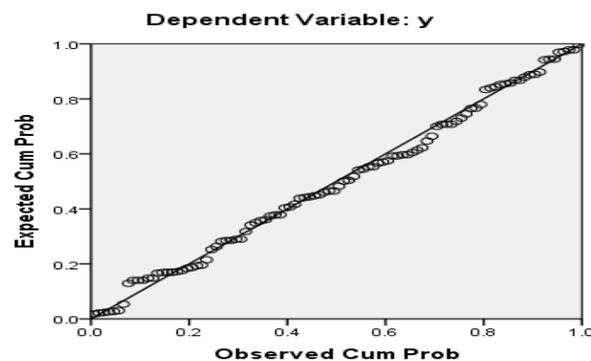
1. Nilai konstanta 14.005 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Citra Perusahaan ( $X_2$ ) dianggap sama dengan nol (0) maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) akan tetap sebesar 14.005.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), Nilai koefisien regresi variabel ( $X_1$ ) (Kualitas Pelayanan) adalah sebesar 2.522 dengan asumsi apabila ( $X_1$ ) (Kualitas Pelayanan) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka Y (Kepuasan Nasabah) juga akan mengalami peningkatan sebesar 2.522 kali.
3. Pengaruh Citra Perusahaan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) nilai koefisien regresi variabel ( $X_2$ ), (citra perusahaan) adalah sebesar 5.333 dengan asumsi apabila ( $X_2$ ) (citra perusahaan) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan Y (kepuasan nasabah) akan mengalami peningkatan sebesar 5.333 kali.

### Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut Duwi Priyantno (2012:144) Uji normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.

**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



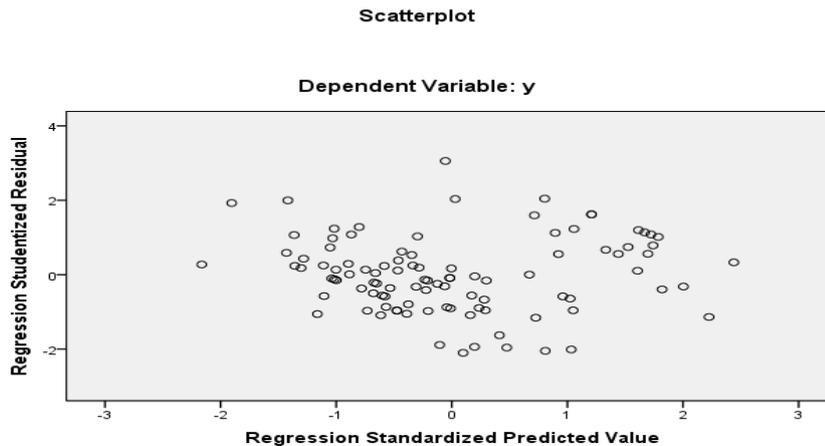
Sumber : Hasil SPSS 25

Berdasarkan gambar grafik diatas tampak bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka dapat disimpulkan bahwasannya regresi ini memenuhi asumsi klasik Normalitas.

### Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Imam Ghozali (2016:134) bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

1. Jika ada plot tertentu, seperti titik ada yang membentuk bola tertentu teratur (bergelombang, dan melebur lalu kemudian menyempit maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

**Gambar 2. Hasil Heteroskedasitas**

Hasil : SPSS 25

Berdasarkan pada gambar diatas diketahui bahwa *scatterplot* membentuk titik yang menyebar secara acak dengan tidak membentuk pola yang jelas, hal ini menunjukkan tidak ada masalah ada heteroskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas.

### Uji Hipotesis

#### Uji F

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama, apakah terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimaksudkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang di uji pada tingkat signifikansi 0,05. Diterima nilai  $F_{tabel}$  (lihat lampiran distribusi F untuk probabilitas 0,05) adalah sebesar 3.09 Adapun hipotesis (dugaan) yang diajukan dalam uji F ini adalah Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Citra Perusahaan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) . Hasil uji koefisien signifikansi simultan (uji statistic F) dapat dilihat pada table *coefficients*<sup>a</sup> ANOVA<sup>b</sup> di bawah ini

**Tabel 6. Hasil Uji F ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
Regression	1417.025	2	708.513	48.784	.000 <sup>a</sup>
Residual	1408.765	97	14.523		
Total	2825.790	99			
a. Predictors: (Constant), x2, x1					
b. Dependent Variable: y					

Sumber: Hasil SPSS 25

Berdasarkan perbandingan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  maka nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari pada  $F_{tabel}$  yaitu sebesar  $48.784 > 3.09$  maka disimpulkan bahwa menerima hipotesis, artinya ada pengaruh simultan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Citra Perusahaan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), hal ini terlihat pada tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

#### Uji T

Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS (lampiran 9) dapat dilihatpada tabel 7.

Tabel 7 Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.005	5.220		2.683	.009
x1	.293	.116	.245	2.522	.013
x2	.517	.097	.519	5.333	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil SPSS 25

Dari hasil perhitungan tabel 9 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel X<sub>1</sub> (kualitas pelayanan)

Hasil pengujian untuk variabel X<sub>1</sub> (kualitas pelayanan) menunjukkan nilai  $t_{hitung} 2.522 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan  $0,013 < 0,05$ , maka hasil dari hipotesis H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, berarti Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat Cabang Bengkulu.

2. Variabel X<sub>2</sub> (citra perusahaan)

Hasil pengujian untuk variabel X<sub>2</sub> (citra perusahaan) menunjukkan nilai  $t_{hitung} 5.333 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka hasil dari hipotesis H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, berarti Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat Cabang Bengkulu.

### Uji Kofesien Determinasi (R<sup>2</sup>)

koefisien determinasi R<sup>2</sup> adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi sumbangan yang diberikan oleh variabel atau lebih (X) bebas terhadap variabel (Y) terkait mengetahui nilai dapat dilihat pada SPSS. Koefisien determinasi R<sup>2</sup> mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengukuran ini menggunakan SPSS Versi 25 dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 8. Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 <sup>a</sup>	.501	.491	3.811

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: Hasil SPSS 25

Berdasarkan table 10 ntuk nilai koefisien determinasi menggunakan model adjusted R square. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 501 atau 501%. Hal ini berarti bahwa X<sub>1</sub> (kualitas pelayanan) dan X<sub>2</sub> (citra perusahaan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar , (100%-501% dan hasilnya 4,01%) sedangkan sisahnya kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak digunakan pada.

### PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian untuk pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Cabang Bengkulu dapat diuraikan hasil analisis regresi berganda, uji determinasi dan uji hipotesis sebagai berikut:

**Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Berganda**

Variabel	Nilai Koef	Standard Error	R Squard	Sig	Keterangan
Persamaan : $Y = 14.005 + 2.522X_1 + 5.333X_2 + 2.683$					
X <sub>1</sub>	2.522	116		0,013	Signifikan
X <sub>2</sub>	5.333	097		0,000	Signifikan
Uji F				0,000	Signifikan
Deteminasi			0,501		4.01%

Sumber : SPSS 25

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Hasil pengujian untuk variabel X<sub>1</sub> (kualitas pelayanan) menunjukkan nilai  $t_{hitung} 2.522 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan  $0,013 > 0,05$ , maka hasil dari hipotesis H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, berarti Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Menurut Kloter dan Keller (2016:14), menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan. Penelitian ini juga di dukung oleh penelitian sebelumnya oleh Indra (2021), hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang baik yang diberikan terhadap nasabahnya agar dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah.

### **Pengaruh Citra Perusahaan (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Hasil pengujian untuk variabel X<sub>2</sub> (citra perusahaan) Menunjukkan nilai  $t_{hitung} 2.522 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka hasil dari hipotesis H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, berarti Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Menurut Adona (2016:107), menyebutkan citra perusahaan adalah kesan impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata khalayak. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya Putri (2019) Citra Perusahaan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan dengan kepuasan nasabah. Hal ini menggambarkan bahwa semakin sesuai akan faktanya pada citra perusahaan , maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>), dan Citra Perusahaan (X<sub>2</sub>), Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Berdasarkan perbandingan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  maka nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari pada  $F_{tabel}$  yaitu sebesar  $48.784 > 3.09$  maka disimpulkan bahwa menerima hipotesis, artinya ada pengaruh simultan antara Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>), Citra Perusahaan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), hal ini terlihat pada tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Menurut Abdullah (2012) , menyebutkan Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang membandingkan dengan harapannya sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang, puas dengan pelayanan yang diharapkannya. Dengan demikian, hasil uji koefisien signifikansi simultan (uji statistic F) pada penelitian ini terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Bengkulu.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

#### 1. Variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>)

Tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Bengkulu, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan untuk variabel X<sub>1</sub> (kualitas pelayanan) menunjukkan nilai  $t_{hitung} 2.522 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan  $0,013 < 0,05$ , maka hasil dari

- hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Di Bank Muamalat Cabang Bengkulu.
2. Variabel Citra Perusahaan ( $X_2$ ),  
Berpengaruh negative dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Bengkulu, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan untuk variabel  $X_2$  (citra perusahaan) menunjukkan nilai  $t_{hitung} 5.333 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka hasil dari hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti citra perusahaan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Di Bank Muamalat Cabang Bengkulu.
  3. Berdasarkan Perbandingan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), citra perusahaan ( $X_2$ ), secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan Terhadap Kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat Cabang Bengkulu, hal ini dibuktikan dengan uji F menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $48,784 > 3,09$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan perbandingan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  maka nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari pada  $F_{tabel}$  yaitu sebesar  $48,784 > 3.09$  maka disimpulkan bahwa menerima hipotesis, artinya ada pengaruh simultan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Citra Perusahaan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), hal ini terlihat pada tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

## Saran

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan dampak yang baik terhadap nasabah Bank Muamalat Cabang Bengkulu, maka dari itu di harapkan pihak Bank lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabahnya.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai pembelajaran manajemen sumber daya manusia khususnya tentang kualitas pelayanan, dan citra perusahaan, terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Bengkulu.
3. penelitian yang diteliti hanyalah pada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cabang Bengkulu, semoga kedepanya ada penelitian yang membahas faktor-faktor yang lain dan dapat di teliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin., and Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja
- Ayuni, Sri dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Fan Store*
- Dr.Kasmir,2014. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi. Jakarta.PT Raja Grofindo Persada.
- Grafindo Persada : *Jakarta Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Safari Café*.Jurnal Padang: Universitas Bung Hatta.
- Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran* .Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip.2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku Edisi Pertama Yogyakarta: Penerbit Andy Yogyakarta
- Kuncoro,Mudrajad.(2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Jakrta: Erlangga.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2010. *Manajmen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua, Jakrta; Penrbit Salemba Empat.
- Sugiyono, D.2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:CAPS.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methoda)*. Bandung Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy dan Anggraini.2016. *service,Qualityd dan statisfaction*, Edisi Keempat. Yogyakarta: Penerbit Andi

Tjiptono,Fandy.2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi  
Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.