

ANALISIS PENGARUH KUALITAS TELLER DAN FASILITAS E-CHANNEL TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BNI KC PANGKALPINANG (STUDI KASUS BNI KC PANGKALPINANG)

MILA RAHMADANTI
HENDARTI TRI SETY MUYANI
RYAN HASIANDA TIGOR

Manajemen Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkal Pinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract - This thesis was written and prepared by Mila Rahmadanti with Student Identification Number 640190043, entitled "Analysis of Teller Service Quality and E-channel Facilities on Customer Satisfaction at Bank BNI KC Pangkalpinang." This research was conducted from August 2023 to January 2024, has pages without attachments. The purpose of this research is to determine the quality of teller services and e-channel facilities on customer satisfaction at Bank BNI KC Pangkalpinang. This research method uses a quantitative descriptive approach. Data was collected by distributing questionnaires to 67 respondents in this study who were customers of Bank BNI KC Pangkalpinang. The sample was determined using the Purposive Sampling technique. Data analysis uses Validity Test, Reliability Test, Classic Assumption Test, Multiple Linear Regression Test, Simultaneous Test (F Test) and Partial Test (t Test) processed with JASP. From the research results obtained from both independents, namely the quality of teller service and e-channel facilities, both of which have a positive value on customer satisfaction. Based on the partial significance test (t test), teller service quality and e-channel facilities partially influence customer satisfaction. It can be concluded that the variables of teller service and e-channel facilities simultaneously influence customer satisfaction.

Keywords : Teller Service Quality, E-Channel Facilities and Customer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang mempunyai kewajiban untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman, modal kerja untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat umum. Dunia perbankan saat ini berkembang dengan sangat cepat, yang menghasilkan persaingan yang ketat. Karena persaingan tidak dapat dihindari, bank harus memberikan layanan terbaik untuk menarik nasabah. Menurut Kasmir (2016 : 3) menyatakan Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa Bank lainnya. Adapun dalam ketentuan Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, bahwa yang dimaksud dengan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di

bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Sedangkan simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito (berjangka), sertifikat deposito, tabungan dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dari sini diketahui, yang diperjanjikan dalam perjanjian penyimpanan (simpanan) itu adalah simpanan giro, deposito (berjangka), sertifikat deposito, dan tabungan. Fungsi bank pada umumnya sebagai :

a. Agent of Trust

Bank didasarkan pada kepercayaan saat menghimpun dan memberikan dana; masyarakat juga percaya bahwa bank tidak akan menyalahgunakan dana mereka. Selain itu, bank percaya bahwa debitur tidak akan menyalahgunakan pinjaman dan bersedia mengembalikannya bersama dengan kewajiban lainnya pada tanggal jatuh tempo.

b. Agent of Development

Investasi, distribusi, dan konsumsi ini merupakan bagian dari pembangunan ekonomi masyarakat karena bank menghimpun dan menyalurkan dana yang sangat diperlukan untuk operasi perekonomian riil, memungkinkan masyarakat untuk melakukan investasi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa tanpa menggunakan uang.

c. Agent of services

Tidak hanya bank berfungsi untuk mengumpulkan dana untuk pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menyediakan berbagai jasa perbankan kepada masyarakat, seperti pengiriman uang, penitipan surat berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan.

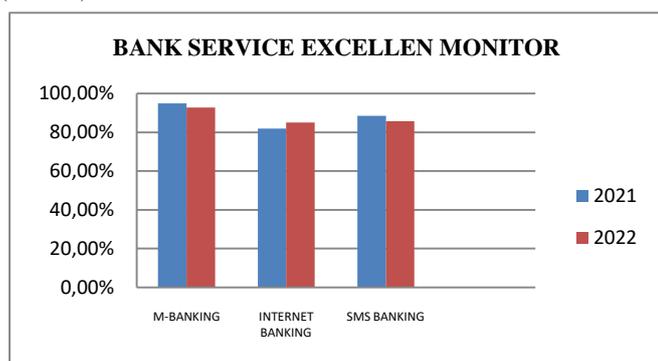
Ketika datang ke bank, sebagian besar pelanggan ingin melakukan transaksi perbankan di *counter teller*. Beberapa transaksi yang dapat dilakukan di *counter teller* termasuk setoran dan penarikan tabungan, pencairan dan penempatan deposito, penarikan cek dan *bilyet giro, transfer*, pembayaran tagihan, dll.

Pelayanan dapat diartikan sebagai rangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata dan tidak dapat diraba, hal ini terjadi sebagai akibat dari adanya interaksi antara Nasabah atau pelanggan dengan karyawan dan atau pemberi layanan lainnya dalam sebuah perusahaan yang bertujuan untuk membantu penyelesaian atau pemecahan masalah dari pihak

konsumen dan pelanggan. Pelayanan juga disampaikan oleh Kotler, Menurut Kotler pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Selanjutnya Sampara berpendapat pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. (Sinambela, 2011).

Bank BNI KC Pangkalpinang mempunyai 8 kantor cabang pembantu dan 1 kantor kas yaitu : KCP Sungailiat, KCP koba, KCP Toboali. KCP Muntok, KCP Tanjung Pandan, KCP Manggar dan KK BTC. Dengan adanya kantor cabang pembantu nasabah tidak perlu repot-repot jauh datang ke BNI KC Pangkalpinang, mereka bisa datang ke kantor cabang pembantu terdekat dengan wilayah mereka masing-masing. Perusahaan jasa tidak dapat terlepas dari sektor pelayanan, setiap perusahaan harus memiliki *service excellence* atau pelayanan yang unggul yakni dengan sikap karyawan melayani nasabah dengan cara memuaskan dengan garis besar yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan tetapi terkadang nasabah menunggu terlalu lama dikarenakan petugas *teller* yang terbatas.

Berikut adalah Bank *Service Excellen Monitor* (BSEM) tersebut:



sumber: data diolah oleh peneliti (2024)

Survei tersebut menunjukkan penurunan *M-Banking* dari tahun 2021 (94,92%) dan tahun 2022 (92,78%), peningkatan *Internet Banking* dari tahun 2021 (81,93%) dan tahun 2022 (84,99%) dan untuk *SMS Banking* menurun dari tahun 2021 (88,42%) dan tahun 2022 (85,67%). Adapun kemungkinan fasilitas e-channel terganggu dikarenakan jaringan dan banyaknya nasabah kurang memahami fitur-fitur fasilitas *E-Channel* seperti cara pembayaran melalui VA, bank lain, kartu kredit, dan lain-lainnya. Memberikan edukasi dan meningkatkan kembali fasilitas e-channel sangatlah penting dalam Kepuasan nasabah, agar nasabah merasa puas ada baiknya kita memberikan kualitas yang terbaik untuk nasabah tersebut sehingga nasabah royal terhadap bank tersebut.

Visi Bank BNI yaitu "Menjadi Lembaga Keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan". Pelayanan kinerja *Teller* dan fasilitas *E-Channel* merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kemajuan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat. Hubungan dengan pelayanan kinerja dan fasilitas sangatlah penting tentunya untuk menarik minat nasabah agar tetap senantiasa menabung.

Bukan hanya pelayanan *Teller* saja yang perlu diperhatikan agar nasabah merasa puas. Nasabah pun perlu

fasilitas dari bank agar mempermudah transaksi dan melancarkan transaksi yang *urgent* agar nasabah tersebut tidak perlu repot-repot ke bank tersebut. Penerapan layanan perbankan *E-Channel* yang berkualitas merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan perbankan untuk menghimpun dana dari nasabah. Produk layanan berbasis elektronik disebut *E-Channel* yang memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan yaitu lebih efisiensi biaya dan waktu, serta mampu menciptakan diferensiasi. Apalagi bagi bidang industri perbankan, yang selalu mengedepankan kualitas pelayanan jasa sebagai daya tarik bagi para nasabah atau pelanggan.

PT Bank Negara Indonesia Tbk atau biasa disingkat menjadi BNI, adalah sebuah badan usaha milik negara Indonesia yang menyediakan berbagai macam jasa keuangan. Berdiri pada tanggal 5 Juli 1946. Salah satu bank ternama yaitu Setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya pada tahun 1996, BNI adalah bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik. Untuk memperkuat struktur keuangan dan meningkatkan persaingan di industri perbankan nasional, BNI melakukan berbagai tindakan korporasi, termasuk rekapitalisasi oleh pemerintah pada tahun 1999, divestasi saham pemerintah pada tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas pada tahun 2010. Saat ini, pemerintah Republik Indonesia memiliki 60% saham BNI, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, institusi, dan individu dari seluruh dunia.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, pelayanan dan fasilitas sangatlah penting diutamakan. Maka dengan ini peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Teller* Dan Fasilitas *E-Channel* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI KC Pangkalpinang di JL. Sudirman No 12, Pangkalpinang."

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan *Teller*, terhadap kepuasan nasabah Bank BNI KC Pangkalpinang.
2. Untuk mengetahui Fasilitas *E-channel* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI KC Pangkalpinang.
3. Untuk mengetahui kepuasan Nasabah Bank BNI KC Pangkalpinang terhadap pelayanan *Teller* dan Fasilitas *E-channel*.

II. LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh. Menurut Arianto (2018:83), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai fokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan dan memenuhi harapan pelanggan dengan cepat. Saat klien berada di perusahaan, kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang diberikan. "Kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan," kata Kotler dan Keller (2016:143).

Kasmir (2017:47) mengatakan bahwa tindakan atau tindakan seorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan karyawan disebut sebagai kualitas pelayanan. Aria dan Atik (2018:16) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik.

Fasilitas E-channel

Fasilitas *e-channel* adalah sebutan fasilitas elektronik banking yang disediakan oleh Bank BNI untuk kemudahan nasabahnya melakukan transaksi baik *financial* maupun *non financial*. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Aplikasi E-Channel sangat membantu dalam proses transaksi, baik di perusahaan maupun di masyarakat umum. Masyarakat modern semakin bergantung pada teknologi dan ingin menyelesaikan tugas secara instan. Meskipun standar layanan pelanggan melalui E-Channel hampir identik di setiap perbankan, bank merasa perlu meningkatkan layanan perbankan untuk membedakan diri dari pesaing dalam hal kualitas, yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan (Juli 2020).

Menurut peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tentang penerapan manajemen risiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh Bank umum, layanan *e-banking* adalah layanan perbankan melalui media elektronik atau selanjutnya disebut *Electronic Banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik antara lain *phone banking, electronic fund transfer, internet banking, mobile banking*. Layanan *e-banking* merupakan pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi-komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

Kepuasan Nasabah

Saat ini kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarkan rasa puasnya kepada calon nasabah lain, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa.

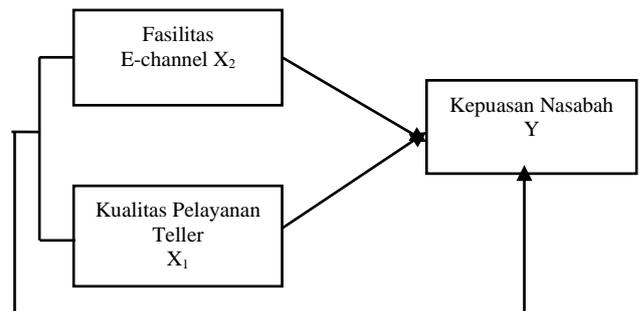
Kotler (2016:126) mengatakan kepuasan konsumen adalah perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan ini adalah penilaian evaluasi setelah pembelian yang disebabkan oleh pilihan pembelian unik dan pengalaman menggunakan produk.

Menurut Day dalam Ruben (2017), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap ketidaksesuaian atau ketidakkonsistensi yang dirasakan antara kinerja produk sebenarnya dan harapan sebelumnya (atau standar kinerja lainnya).

Jika perusahaan dalam industri atau jasa tidak benar-benar memahami apa yang diharapkan konsumen, kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa sangat sulit dicapai. Jika produk dan layanan memiliki kualitas yang sama, mereka dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi pelanggan. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu mempertimbangkan produk atau layanan yang mereka berikan kepada pelanggannya. Respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian dikenal sebagai kepuasan pelanggan.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



sumber: data diolah oleh peneliti (2024)

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui hasil penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran sebelumnya, Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini mengenai Analisis Kualitas Pelayanan *Teller* dan Fasilitas *E-Channel* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI KC Pangkalpinang. maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H₁: Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan *teller* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI KC Pangkalpinang.
- H₂: Diduga terdapat pengaruh antara Fasilitas *E-channel* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI KC Pangkalpinang.
- H₃: Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan Fasilitas *E-channel* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI KC Pangkalpinang secara bersama-sama.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan oktober sampai Desember tahun 2023. Lokasi penelitian yaitu “Bank Negara Indonesia KC Pangkalpinang” Jl. Sudirman No 120, Pangkalpinang.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan, fasilitas *E-channel* yaitu variabel *independen* serta Variabel yaitu kepuasan Nasabah.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan
Kualitas pelayanan (X1)	Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reliability</i> (keandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap) 3. <i>Assurance</i> (Jaminan) 4. <i>Tangibles</i> (berwujud) 5. <i>Attention</i> (perhatian) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Teller</i> melayani anda dengan cepat dan tepat sesuai dengan keinginan anda. 2. <i>Teller</i> selalu siap dan cepat dalam menanggapi setiap keluhan anda 3. <i>Teller</i> selalu mengedepankan keramahan tamahan dalam memberikan pelayanan pada nasabah. 4. Penampilan teller yang bersih, rapi, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja (seragam yang sesuai) 5. <i>Teller</i> melayani dengan baik setiap keinginan dan kebutuhan nasabah.
Fasilitas <i>e-channel</i> (X2)	Melalui <i>E-Channel</i> , nasabah dapat memperoleh pelayanan 24 jam sehari, tanpa perlu mengunjungi bank untuk melakukan transaksi pribadi. Meskipun standar	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Independence</i> (Kebebasan) 2. <i>Convenience</i> (Kesenangan) 3. <i>Security</i> (Keamanan) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas <i>E-channel</i> membantu anda dalam melakukan transaksi. 2. Fasilitas <i>E-Channel</i> mempermudah anda dalam melakukan transaksi

	<p>pelayanan <i>E-Channel</i> diberikan pada nasabah hampir sama di setiap perbankan, namun bank merasa perlu meningkatkan kualitas pelayanan perbankan guna membedakan dari persaingan dalam kriteria lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah (Juli et al., 2020).</p>	<p>3. Memberikan fasilitas <i>E-channel</i> yang aman dalam melakukan transaksi</p>	
Kepuasan nasabah (Y1)	Menurut Kotler (2016:126) mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan yang diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan pelanggan keseluruhan 2. Dimensi kepuasan pelanggan 3. Konfirmasi harapan 4. Niat beli ulang 5. Kesiediaan untuk merekomendasikan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sangat puas dalam pelayanan <i>teller</i> dan fasilitas <i>e-channel</i> Bank BNI 2. Saya merasakan pelayanan <i>teller</i> dan fasilitas <i>e-channel</i> sangatlah baik 3. Kinerja pelayanan <i>teller</i> dan fasilitas <i>e-channel</i> sesuai dengan harapan 4. Saya akan selalu bertransaksi di Bank BNI 5. Saya akan mengajak teman saya untuk menabung di Bank BNI.

Sumber: data diolah oleh peneliti (2024)

Populasi

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang ditetapkan oleh peneliti dengan memilih kualitas dan atribut tertentu untuk dipahami dan untuk mencapai kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah BNI Pangkalpinang dengan perkiraan 10.500 populasi.

Sampel

Sampel mencerminkan ukuran dan populasi. Untuk penelitian ini digunakan metode *purposive sampling*. Peneliti menggunakan kriteria khusus untuk memilih informan ketika menggunakan teknik pengambilan sampel yang dikenal dengan istilah *purposive sampling* (Widodo, 2017). Adapun jumlah sampel yang digunakan didalam penelitian ini, berdasarkan pendapat dari Manullang (2013) perhitungan dalam rangka mendapatkan ukuran sampel dalam tabel sebagai berikut dengan menggunakan rumus Slovin dalam (Hariatia, 2012).

Dimana :

$$\frac{10.500}{1+10.500(0,1)^2}$$

Sumber : data diolah oleh peneliti (2024)

$n = 99,05$ dibulatkan menjadi 100, dengan adanya perhitungan diatas maka jumlah sampel minimum yang peneliti gunakan yaitu sebanyak 100 sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuisisioner. Menurut Sugiyono (2017) kuisisioner atau angket adalah sebuah teknik dari pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat berupa pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan yang tertutup maupun terbuka secara tertulis kepada para responden untuk dijawab. Pengumpulan data responden diperoleh dari penyebaran kuisisioner online. Dengan alat ukur skala *likert*.

Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas adalah pengukuran yang dapat digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid hanya jika ada pertanyaan di dalamnya yang dapat mengungkapkan apa yang dimaksudkan untuk diukur. Menurut Sugiyono (2017), hasil penelitian dianggap valid jika ada kesamaan antara data yang dikumpulkan dan data yang terjadi pada subjek yang diteliti.

Pertanyaan kuisisioner bisa dikatakan valid haruslah berdasarkan validitas yang harus dipenuhi sebagai berikut (Sugiyono, 2014) :

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka item pertanyaan kuisisioner adalah valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka item pertanyaan kuisisioner adalah tidak valid. Uji Reliabilitas.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengidentifikasi metrik penelitian. Jika jawaban responden konsisten selama pengujian, kuisisioner dianggap reliabel. Nilai *croanbach alpha* (α) $>$ dari 0,6 maka dapat dikatakan reliabel atau handal, namun apabila *inroanbach alpha* (α) $<$ dari 0,6 maka

kuisisioner dianggap kurang handal. Instrumen yang handal bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak reliabel/konsisten.

a. Uji Asumsi Klasik

Dalam rangka memahami pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), penelitian menggunakan analisis regresi untuk membandingkan kedua variabel tersebut. Dalam memperoleh model regresi yang dapat dipertanggung jawabkan, terhadap beberapa asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel pengganggu, atau residual memiliki distribusi data normal. Distribusi normal atau hampir normal adalah ciri regresi yang baik. Analisis grafik, yang dapat dilakukan untuk menguji normalitas, dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumber diagonal dari grafik. Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan:

1. Model persamaan sesuai dengan uji yang diharapkan apabila data menyebar sekitar garis normal dan sesuai penyebaran garis grafik.
2. Pola distribusi normal tidak ditemukan jika uji dilakukan sesuai dengan arah garis grafik yang ditentukan. Akibatnya, persamaan regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Menurut Ghazali (2011) bahwa data berdistribusi normal dapat dilihat dengan ketentuan sebagai berikut :
 1. Jika angka probabilitas atau *Asym.Sig.* $>$ taraf signifikan (α) 0,05 maka data berdistribusi normal.
 2. Jika angka probabilitas atau *Asym.Sig.* $<$ taraf signifikan (α) 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2011) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya kolerasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Multikolinearitas adalah situasi adanya kolerasi variabel-variabel independen antara yang satu dengan yang lainnya.

Multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai dari *tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Apabila nilai *VIF* $<$ 10 mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas, sedangkan untuk nilai *tolerance* $>$ 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model dari regresi bebas yaitu multikolinearitas. Dasar pengambilan keputusan adalah :

1. Jika *VIF* $>$ 10 atau jika *tolerance* $<$ 0,1, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika *VIF* $<$ 10 atau jika *tolerance* $>$ 0,1, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Uji Heteroskedastistas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastistas. Salah satu cara untuk mengetahui da tidaknya heteroskedastistas pada suatu model regresi linier berganda yaitu, dengan melihat grafik scatter plot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu *SRESID* dengan residual error yaitu *ZPRED*. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan

tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastistas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastistas (Ghozali, 2016).

b. Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji signifikan parameter parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel untuk mengetahui dampaknya. Uji statistik dapat digunakan untuk melakukan penelitian ini. Dengan ketentuan berikut, uji dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel.

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H0 ditolak dan H1 diterima
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H0 diterima dan H1 ditolak.

Dalam hal ini penelitian yang dilakukan akan menguji secara parsial antara analisis kualitas pelayanan teller (X₁), fasilitas E-channel (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara serentak atau bersama-sama dengan variabel terikat (Y), koefisien ini dapat dengan mengambil akar dari koefisien determinasi R. Adapun persyaratan uji F sebagai berikut :

1. Jika F hitung > Ftabel, maka H0 diterima. Artinya variabel bebas secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel terikat dan ada pengaruh antara variabel yang akan diuji.
2. Jika F hitung < Ftabel, maka H0 diterima. Artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak dapat menjelaskan variabel terikat dan tidak ada pengaruh antara variabel yang akan diuji.

Kofiesien Determinasi (R²)

Nilai yang menunjukkan seberapa besar perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel independen disebut koefisien determinasi. Dengan mengetahui nilainya, kita dapat menjelaskan seberapa baik model regresi memprediksi variabel dependen dan seberapa baik mereka berfungsi untuk memprediksinya. Koefisien determinasi, yang mengukur besar presentase perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas secara bersamaan, ditunjukkan oleh nilai square (R²). Koefisien determinasi bernilai antara 0 dan 1. Nilai R² yang 1 berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika R² semakin mendekati angka 0 berarti semakin lemah kemamouan variabel independen untuk dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen.

IV. PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Mean	SD	SE
KN Y	100	20.420	3.790	0.379
KP X1	100	21.160	3.692	0.369
FE X2	100	12.780	2.154	0.215

Sumber : JASP, data diolah 2024

Analisis statistik deskriptif pada tabel di atas menjelaskan tentang keberadaan sampel dari populasi penelitian yang digunakan untuk menjawab setiap pertanyaan yang telah disiapkan serta bagaimana pandangan responden terhadap variabel kualitas pelayanan teller, fasilitas e-channel dan kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini terdapat 100 sampel yang valid.

Peneliti telah membuat kode untuk setiap variabel dalam penelitian ini, diantaranya adalah: variabel X₁ dengan kualitas pelayanan, variabel X₂ dengan fasilitas e-channel dan variabel Y dengan kepuasan nasabah.

Dari statistik deskriptif pada tanggapan sampel untuk setiap variabel terlihat jelas bahwa jumlah rata-rata responden untuk kualitas pelayanan adalah 20.420 dan Skor rata-rata untuk responden fasiltas e-channel adalah 12.780.

Tabel V.3.1 di atas juga menjelaskan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki standar deviasi sebesar 3.790, variabel kualitas pelayanan memiliki standar deviasi sebesar 3.692 dan variabel fasilitas e-channel memiliki standar deviasi sebesar 2.154.

Adapun standarderror pada tabel V.3.1 di atas juga menjelaskan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki standarderror sebesar 0.379, variabel kualitas pelayanan memiliki standarderror sebesar 0.359 dan variabel fasilitas e-channel memiliki standarderror sebesar 0.215.

Secara teoritis, untuk ukuran sampel tertentu, hubungan antara kesalahan standar dan deviasi standar adalah sedemikian rupa sehingga kesalahan standar sama dengan deviasi standar dibagi dengan ukuran sampel kuadrat. Karena statistik akan lebih mendekati nilai sebenarnya dengan ukuran sampel yang lebih besar, maka kesalahan standar juga berbanding terbalik dengan ukuran sampel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel.2
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients

Mod el	Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p
H ₀ (Intercept)	20.420	0.379		53.873	<.001
H ₁ (Intercept)	1.403	1.448		0.969	0.335
KP X1	0.410	0.094	0.399	4.379	<.001
FE X2	0.809	0.160	0.460	5.042	<.001

Sumber : JASP, data diolah 2024

Berdasarkan data hasil analisis regresi linear berganda yang disajikan pada tabel diatas, diperoleh persamaan model regresi sebagai berikut :

$Y = 0.410X_1 + 0.809X_2 + e$. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.410 bernilai positif yang berarti terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BNI KC Pangkalpinang. Semakin naik nilai dari variabel kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula kepuasan nasabah.

2. Koefisien regresi untuk variabel fasilitas *e-channel* sebesar 0.809 bernilai positif yang mengindikasikan hubungan antara *e-channel* dan kepuasan nasabah bernilai positif.

adalah 0.828, fasilitas *e-channel* (X_2) adalah 0.711, kepuasan nasabah (Y) adalah 0.845, Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan dari semua variabel dinyatakan reliabel atau handal.

Hasil Uji Validitas Data

Tabel.3
Hasil Uji Validitas Data

VARIABEL	BUTIR	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
			0.1966	
			0.1966	
KUALITAS PELAYANA N (X_1)	1	0.772		VALID
	2	0.814		VALID
	3	0.786	0.1966	VALID
	4	0.652		VALID
	5	0.818	0.1966	VALID
			0.1966	
<hr/>				
FASILITAS E-CHANNEL (X_2)	1	0.847	0.1966	VALID
	2	0.681	0.1966	VALID
	3	0.866	0.1966	VALID
<hr/>				
KEPUASAN NASABAH (Y)	1	0.779	0.1966	VALID
	2	0.799	0.1966	VALID
	3	0.779	0.1966	VALID
	4	0.770	0.1966	VALID
	5	0.804	0.1966	VALID

Sumber : JASP, data diolah 2024

Dari hasil uji tabel diatas diketahui nilai koefisien kolerasi untuk uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan yaitu R hitung berada dikisaran antara 0.772-0.818, variabel fasilitas *e-channel* yaitu R hitung berada dikisaran antara 0.847 – 0.866 dan , variabel kepuasan nasabah yaitu R hitung berada dikisaran antara 0.799 – 0.804 sedangkan nilai R tabel $\alpha = 0.05$ adalah 0.1966 dan Dari perhitungan statistik untuk masing-masing variabel, ternyata bahwa r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari r_{tabel} , sehingga dikatakan bahwa semua pertanyaan dari kualitas pelayanan (X_1), fasilitas *e-channel* (X_2) dan kepuasan nasabah (Y) dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Tabel.4
Hasil Uji Reabilitas Data

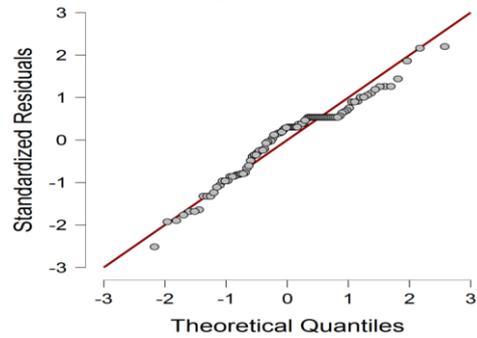
Variabel	CronbachAlpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas pelayanan (X_1)	0.828	0.6	Reliabel
Fasilitas <i>e-channel</i> (X_2)	0.711	0.6	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.845	0.6	Reliabel

Sumber : JASP, data diolah 2024

Dari hasil uji tabel V.8 di atas hal ini menunjukkan bahwa nilai *cronbachalpha* memiliki nilai kualitas pelayanan (X_1)

Uji Normalitas

Gambar.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber : JASP, data diolah 2024

Berdasarkan grafik *Q-Q Plot Standardized Residuals* di atas, dapat dilihat bahwa titik merah menyebar serta mengikuti arah garis diagonal. Hal ini dapat diartikan bahwa penelitian ini memenuhi persyaratan normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel.5
Hasil Uji Multikolinearitas

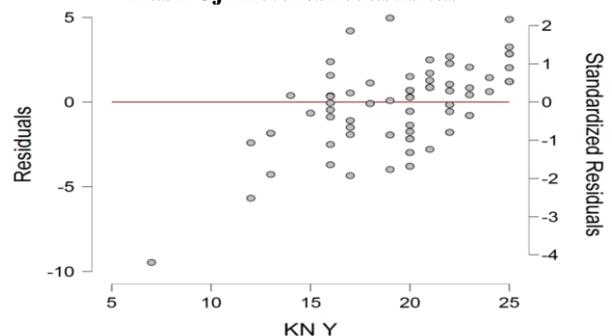
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.439	2.277	Tidak Terjadi
Fasilitas <i>e-channel</i>	0.439	2.277	Tidak Terjadi

Sumber : JASP, data diolah 2024

Dari hasil uji tabel V.5 di atas diketahui bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas terhadap variabel penelitian. Artinya, tidak ditemukan adanya korelasi antar variable independen atau variabel bebas yang berarti tidak menyebabkan efek tingginya variabel pada sampel karena jika itu terjadi akan menyebabkan *standarderror* yang besar.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Grafik 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : JASP, data diolah 2024

Berdasarkan grafik di atas, dilihat bahwa titik-titik menyebar tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat

disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastitas dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4.6
Hasil Uji Parsial (Uji T)
Coefficients

Model		Unstandar dized	Standar Error	Standard ized	t	p
H ₀	(Intercept)	20.420	0.379		53.873	<.001
H ₁	(Intercept)	1.403	1.448		0.969	0.335
	KP X1	0.410	0.094	0.399	4.379	<.001
	FE X2	0.809	0.160	0.460	5.042	<.001

Sumber : Data diolah 2024, JASP

Berdasarkan hasil dalam tabel di atas, variabel kualitas Pelayanan menunjukkan nilai signifikansi sebesar <.001 lebih kecil dari 0.05 dan nilai t_{hitung} 4.379 lebih besar daripada nilai t_{tabel} 1.66105. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil dalam tabel V.6.1 di atas, variabel fasilitas *e-channel* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.003 lebih kecil dari 0.05 dan nilai t_{hitung} mempunyai nilai sebesar 5.042 lebih besar daripada nilai t_{tabel} 1.66105. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa fasilitas *e-channel* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.7
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA						
Mode l		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H ₁	Regression	918.624	2	459.312	88.446	<.001
	Residual	503.736	97	5.193		
	Total	1422.360	99			

Sumber : JASP, data diolah 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar <.001 lebih kecil dari 0,05 dan nilai f_{hitung} 88.446 lebih besar daripada nilai f_{tabel} sebesar 3.09. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan *teller* dan fasilitas *e-channel* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.8

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary - KN Y						
Mode l	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE	Autocorrelation	Durbin-Watson Statistic
H ₀	0.000	0.000	0.000	3.790	0.642	0.699
H ₁	0.804	0.646	0.639	2.279	-0.071	2.139

Sumber : JASP, data diolah 2024

Berdasarkan tabel V.6.3 di atas diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0.639. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan *teller* dan fasilitas *e-channel* mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 63,9% sedangkan 36,1% variabel kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar dari penelitian ini.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan *teller* dan fasilitas *e-channel* terhadap kepuasan nasabah, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian didapat dari kedua independen yaitu kualitas pelayanan *teller* dan fasilitas *e-channel* keduanya mempunyai nilai positif terhadap kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan uji signifikansi parsial (uji t) kualitas pelayanan *teller* dan fasilitas *e-channel* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah diterima.
3. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan *teller* dan fasilitas *e-channel* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberi saran sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan *teller* diharapkan untuk lebih ditingkatkan lagi dengan cara berkomunikasi dengan baik kepada nasabah, sehingga nasabah akan merasakan kenyamanan dalam bertransaksi,
2. Agar kualitas pelayanan *teller* lebih efisien ada baiknya untuk penambahan personil *teller* agar nasabah lebih leluasa untuk bertransaksi.
3. fasilitas *e-channel* agar bisa lebih dipermudahkan lagi dengan cara memudahkan fitur-fitur yang ada di *e-channel*.
4. Agar masyarakat mengenal fasilitas *e-channel* ada baiknya untuk bersosialisasi kemasyarakat tentang mudahnya bertransaksi melalui fasilitas *e-channel*.
5. kepuasan nasabah sangatlah penting dan memberikan manfaat yang baik untuk membantu BNI KC Pangkalpinang lebih terdepan dan menjadi salah satu BNI KC terbaik diBangka belitung khususnya dikota

Pangkalpinang, dengan cara memberikan layanan yang terbaik untuk nasabah.

6. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk dapat meneliti dengan variabel-variabel lain yang berada diluar penelitian ini, agar hasil penelitian yang didapat lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, N. K. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Channel Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bsi Kcp Ponorogo Cokroaminoto (*Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo*).
- Fatimah, C. (2017). Hubungan Hukum Antara Bank dan Nasabah Penyimpan Dana Menurut Undang-Undang Perbankan. *Lex Et Societatis*, 5(9).
- Grace, Diana, and Novander Novander. "Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine Dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah." 3.1 (2017): 39-50 (*Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*).
- <https://ruber.id> 2022/Bank BJB Terbaik dalam Tiga Aspek Pelayanan Digital
- <https://ruber.id/bank-bjb-terbaik-dalam-tiga-aspek-pelayanan-digital/>
- Indah, D. R. (2016). Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI*46 Cabang Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(2), 545-554.
- Kurniawati, Putri. Analisis Kualitas Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah. (*Diss. IAIN Metro, 2018*).
- Mulyadi, W. W. (2020). Pengantar manajemen. (*Banyumas: pena persada*).
- Nisa, s. H. (2016). Peranan teller dalam usaha meningkatkan pelayanan jasa pada pt. Bank yudha bhakti (persero) tbk cabang darmo surabaya (*doctoral dissertation, stie perbanas surabaya*).
- Nisa, s. H. (2016). Peranan teller dalam usaha meningkatkan pelayanan jasa pada pt. Bank yudha bhakti (persero) tbk cabang darmo surabaya (*doctoral dissertation, stie perbanas surabaya*).
- Yuni, D., Fanani, B., & Sulistyowati, D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Perusahaan Daerah BPR BKK Kota Tegal. *Monex: Journal of Accounting Research*, 3(1).