BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh *Ekspektasi* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan nilai taraf signifikansi. Hasil uji t (parsial) membandingkan t hitung dan t tabel diperoleh t hitung lebih besar daripada t tabel, artinya *ekspektasi* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

Berdasarkan hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan searah antara *ekspektasi* terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Jadi, ketika nilai *ekspektasi* mengalami kenaikan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami kenaikan dan begitu juga sebaliknya. *Ekspektasi* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, semakin tinggi *ekspektasi* nasabah terhadap Bank maka akan semakin tinggi pula ketertarikan nasabah untuk datang. Sehingga akan tertarik untuk menjadi nasabah Bank tersebut.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori dari Tjiptono, harapan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila membeli atau mengkonsumsi produk (barang atau jasa). Harapan juga diyakini memiliki peranan yang besar dalam menentukan

kualitas produk (barang ataupun jasa) dan kepuasan konsumen. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli produk. Dalam mengevaluasi, konsumen akan menggunakan harapannya sebagai standar atau ukuran.[1]

Hasil penelitian ini juga dikuatkan teori dari Hill, Ekspektasi adalah apa yang dipikirkan oleh konsumen yang harus disediakan oleh penyedia jasa. Ekspektasi atau harapan bukan merupakan prediksi dari apa yang akan disediakan oleh penyedia jasa, ekspektasi atau harapan akan timbul saat konsumen memerlukan suatu barang atau jasa.[2]

Berdasarkan hasil penelitian ini, *ekspektasi* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. *Ekspektasi* juga dapat menarik nasabah untuk datang dan mecoba produk tersebut yang tentunya dapat dijadikan kekuatan untuk melakukan persaingan di bank syariah.

B. Pengaruh *Revisit Intention* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai taraf signifikansi. Hasil uji t (parsial) dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel diperoleh t hitung lebih besar dari t tabel. Yang artinya, *revisit intention* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas kediri Tulungagung.

Berdasarkan hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank

[1] Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997)

[2] *Ibid.*, hal. 25

BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hasil pengujian menunjukan bahwa adanya hubungan searah antara *revisit intention* terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Jadi, ketika nilai *revisit intention* mengalami kenaikan maka kepuasan nasabah juga mengalami peningkatan dan begitu pula sebaliknya. Revisit Intention berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena semakin tinggi revisit intention nasabah ke Bank maka semakin menungkat pula ketertarikan nasabah untuk datang. Sehingga nasabah akan tertarik untuk menjadi nasabah di Bank.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori dari Slameto, minat dimaknai sebagai prasangka mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu tanpa adanya suatu paksaan dati pihak lainnya.[3]

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahu bahwa *revisit intention* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sangat dipengaruhi *revisit intention* dikarenakan *revisit intention* merupakan penentu naabah untuk berkunjung.

C. Pengaruh *Ghost Shopping* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai taraf signifikansi. Hasil uji t (parsial) dengan membandingkan

[3] Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010) hal. 180

antara t hitung dengan t tabel diperoleh t hitung lebih kecil dari t tabel. Yang artinya, *ghost shopping* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas kediri Tulungagung.

Berdasarkan hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hasil pengujian menunjukan bahwa adanya hubungan searah antara *ghost shopping* terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Jadi, ketika nilai *ghost shopping* mengalami kenaikan maka kepuasan nasabah juga mengalami peningkatan dan begitu pula sebaliknya. *Ghost shopping* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena semakin tinggi *ghost shopping* nasabah ke Bank maka semakin menungkat pula ketertarikan nasabah untuk datang. Sehingga nasabah akan tertarik untuk menjadi nasabah di Bank.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori dari Kotler, *ghost shopping* adalah salah satu cara untuk memperoleh gambaran kepuasan dari para pelanggan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk menjadi pembeli produk perusahaan serta pesaing perusahaan. Peran *ghost shopping* ini sangat berguna, karena akan memberikan laporan tentang kelebihan dan kekurangan dari perusahaan dan perusahaan pesaing. Sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kinerja dari perusahaan.[4]

[4] Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Analisys Perencanaan dan Implementasi* (Jakarta : Salemba Empat, 1995)

D. Pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel coefficient diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan nilai taraf signifikan. Hasil uji t (parsial) dengan membadingkan t hitung dan t tabel diperoleh t hitung lebih besar daripada t tabel, yang artinya *service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

Berdasarkan hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan searah antara *service quality* terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Yang artinya, ketika nilai *service quality* mengalami kenaikan maka kepuasan nasabah juga mengalami kenaikan , begitu juga sebaliknya. *Service quality*_berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank, semakin tinggi *service quality* yang dimiliki oleh bank maka semakin tinggi pula ketertarikan nasabah untuk datang. Sehingga nasabah akan tertarik menjadi nasabah bank tersebut.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori yang dilakukan oleh Lupiyoadi, *service quality* didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan yang harus diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. harapan pada

pelanggan didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman dimasa lampau dan komunikasi eksternal.[5]

Hasil penelitiain ini juga dikuatkan dengan teori dari J. Supranto, kualitas pelayanan merupak suatu hal yang harus dikerjakan dengan baik, aplikasi kualitas sebagi sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik bagi pemimpin atau sebagai strategi untuk terus tumbuh.[6]

Hal ini juga didukung oleh peneliti yang dilakukan oleh Dewi Berlian Harahap[7], yang menyatakan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian tersebut menjelaskan apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dalam penelitian tersebut menggunakan variabel dependen kepuasan nasabah, sedangkan penelitian ini juga menggunakan variabel dependen kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa *service quality* sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sangat dipengaruhi *service quality* dikarenakan *service quality* merupakan

---

[5] Kusumawati, Hilda Dewi, *Skripsi: Pengaruh Kualitias Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah Cab. Semarang)* (Salatiga : UIN Salatiga, 2018) hal. 25

[6] J. Supranto, *Manajemen Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar* (Jakarta: Rineke Cipta, 2006) hal. 228

[7] Dewi Berlian Harahap, *Skripsi: Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara*, (Medan: UIN Sumatera Utara, 2017)

penentu dari layanan yang akan diberikan. Nasabah akan memilih layanan yang mempunyai kualitas lebih baik.

E. Pengaruh *Ekspektasi, Revisit Intention, Ghost Shopping* dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *ekspektasi, revisit intention, ghost shopping* dan *service quality* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

Sedangkan dari uji determinasi dapat diketahui bahwa 87,5% kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagungdipengaruhi olek *ekspektasi, revisit intention, ghost shopping* dan *service quality*. Sedangkan sisanya sebesar 12,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Menurut peneliti, berdasarkan dari hasil penelitian san hasil uji SPSS diperoleh angka-angka yang dapat disimpulkan bahwa *ekspektasi, revisit intention, ghost shopping* dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara uji parsial maupun uji simultan. Jadi, apabila *ekspektasi, revisit intention, ghost shopping* dan *service quality* tinggi maka kepuasan nasabah untuk berkunjung atau melakukan transaksi di Bank akan semakin tinggi. Hal ini dikarenakan benyaknya informasi yang didapatkan oleh para nasabah atau masyarakat lainnya terkait dengan barang atau jasa, dalam penelitian ini yaitu

kepuasan nasabah. Maka semakin tinggi pula minat dan keinginan nasabah atau masyarakat lainnya untuk melakukan transaksi di Bank tersebut.