

**Pengaruh Interaksi Personal, Pemecahan Masalah Dan Kebijakan Terhadap Kepuasan Nasabah
BRI Unit Gondangrejo**
**The Influence of Personal Interaction, Problem Solving and Policy on Customer Satisfaction at
BRI Gondangrejo Unit**

Endah Nawangsasi¹, Denny Mahendra², Putri Amalia Iswandari³

S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dharma Aub surakarta

Email: endahnawangssi32@gmail.com¹, dennymahendr@gmail.com², putriamell@gmail.com³

Abstraksi

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh interaksi personal, pemecahan masalah dan kebijakan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Gondangrejo. Penelitian ini adalah penelitian survei. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 nasabah BRI Unit Gondangrejo. Data yang sudah diperoleh diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, analisa regresi, uji t, uji F serta uji R².

Hasil uji t menunjukkan bahwa interaksi personal, pemecahan masalah dan kebijakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel interaksi personal, pemecahan masalah dan kebijakan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara simultan. Hasil pengujian total R² menunjukkan hasil sebesar 0,604. Hal ini berarti bahwa 60,4% variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel interaksi personal, pemecahan masalah, kebijakan dan sisanya yaitu sebesar 39,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model seperti: produk, aspek fisik dan kehandalan.

Kata Kunci: Interaksi Personal, Pemecahan Masalah, Kebijakan, Kepuasan Nasabah.

Abstract

The purpose of this study is to test the influence of Personal Interaction, Problem Solving and Policy on Customer Satisfaction of BRI Unit Gondangrejo. This study is a survey study. The data used are primary data collected through distributing questionnaires to 100 BRI Unit Gondangrejo customers. The data that has been obtained is tested with validity test, reliability test, regression analysis, t-test, F-test and R² test.

The results of the t-test indicate that Personal Interaction, Problem Solving and Policy have a significant effect on Customer Satisfaction. The results of the F-test indicate that the variables Personal Interaction, Problem Solving and Policy simultaneously affect Customer Satisfaction. The results of the total R² test show a result of 0.604. This means that 60.4% of the Customer Satisfaction variable can be explained by the variables Personal Interaction, Problem Solving, Policy and the remaining 39.6% is explained by other variables outside the model such as: products, physical aspects and reliability.

Keywords: Personal Interaction, Problem Solving, Policy, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi persaingan bisnis baik di pasar domestik maupun di pasar internasional (global) sangat ketat. Perusahaan atau lembaga bisnis yang ingin berkembang dan bertahan hidup (survive) harus dapat memberikan kepada para pelanggan produk berupa barang atau jasa yang bermutu lebih baik, harga lebih murah, penyerahan lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada pesaingnya. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan nasabah menjadi hal utama dan menjadi keharusan agar perusahaan tetap sukses, baik ditingkat operasional, manajerial maupun strategi.

Bank Rakyat Indonesia, sebagai pelaku bisnis dimana keberadaan dan munculnya banyak jasa keuangan baik dari lembaga keuangan Bank dan lembaga keuangan non Bank

mempunyai peran yang penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Hal ini sekaligus menyadarkan masyarakat akan manfaat yang diberikan oleh jasa keuangan bagi pemenuhan kebutuhan mereka. Sesuai dengan landasan hukum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak

Kebijakan atau Policy merupakan dimensi yang berhubungan dengan kebijakan perusahaan guna merespon tuntutan atau kebutuhan pelanggan (Parasuraman, et al.,1990). Penelitian (Hadian & Rahmat, 2019), (Rezanda, 2019), (Wisnu & Hendro, 2014), dan (Shekhar, 2011) menyatakan Kebijakan 7 berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan, sedangkan penelitian (Ulfan & Bagus, 2022), (Noviasari dan Azrico, 2012) menyatakan Kebijakan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan. Berdasarkan teori, fenomena dan research gap maka penelitian ini mengambil judul: "Pengaruh Interaksi Personal, Pemecahan Masalah Dan Kebijakan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Gondangrejo".

B, TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Prilaku Konsumen

Dalam teori psikologis pendekatan yang dilakukan secara garis besar dapat dibagi menjadi 2 bagian, yaitu pertama teori belajar (learning theory), dan kedua adalah teori psikoanalitis (psychoanalytic theory). Teori psikologis ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan psikologi (psychological field) dalam menganalisis perilaku konsumen. Teori sosiologis atau disebut juga sebagai teori psikologi sosial lebih menitikberatkan pada hubungan dan pengaruh antara individu-individu yang dikaitkan dengan perilaku mereka. Teori ini mengarahkan analisis pada perilaku kegiatan-kegiatan kelompok, seperti keluarga, teman-teman sekerja, perkumpulan olah raga, dan lain sebagainya. Teori Antropologis menyatakan bahwa sikap dan perilaku manusia dipengaruhi berbagai lingkungan masyarakat, seperti : kultur, sub-kultur, kelompok sosial, kelompok referensi, kelompok yang berhubungan langsung, serta keluarga. Dalam teori ini yang dilihat adalah perilaku intentions pada kelompok besar atau kelompok yang ruang lingkupnya sangat luas.

2. Model Perilaku Konsumen

Menganalisis perilaku konsumen adalah sesuatu hal yang kompleks. Hal ini disebabkan banyaknya variabel yang mempengaruhinya serta kecenderungannya untuk saling berinteraksi. Untuk mempermudah melakukan analisis atas perilaku konsumen, telah dikembangkan berbagai model perilaku konsumen yang sebenarnya dapat dipergunakan untuk

berbagai penggunaan, tetapi tujuan utamanya adalah : (1) untuk membantu dalam mengembangkan teori yang mengarahkan penelitian perilaku konsumen, (2) sebagai bahan dasar untuk mempelajari pengetahuan perilaku konsumen yang terus berkembang.

Konsumen setelah membeli, mengadakan evaluasi terhadap merk produk yang dibelinya, dimana evaluasi tersebut akan digunakan untuk pengambilan keputusan berikutnya. Selain itu, evaluasi juga dilakukan oleh para pemasar. Evaluasi oleh pemasar tujuannya digunakan untuk memperbaiki strategi pemasaran oleh perusahaan dalam rangka untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

3. Konsep Kualitas Jasa

Pengertian kualitas jasa sendiri berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2005:260) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Parasuraman, et al., (1985:50) menyatakan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Sedangkan Kotler dan Keller (2015) mengatakan bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan layanan.

4. Dimensi Kualitas Jasa

Dewasa ini konsep dan pengukuran kualitas layanan telah berkembang dengan pesat. Salah satu kontributor utama dalam mengembangkan pengukuran kualitas layanan adalah Parasuraman, et, al, (1985:51). Dan serangkaian penelitian yang mereka lakukan terhadap berbagai perusahaan jasa telah dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (Service quality). SERVQUAL ini merupakan suatu skala multi item yang terdiri dari 22 pernyataan yang dapat digunakan untuk memahami harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. (Parasuraman, et, al, 1988:52).

5. Intraksi personal

Interaksi personal adalah mengacu pada kemampuan karyawan jasa dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan sikap sopan/suka membantu atau pada prinsipnya, dimensi ini

merefleksikan cara karyawan memperlakukan para pelanggan (Noviasari dan Azrico, 2012). Pengucapan salam, pengetahuan karyawan, perilaku karyawan yang memberikan kepercayaan, pelayanan karyawan yang aman dan nyaman, karyawan yang selalu mambantu, karyawan yang memberikan pelayanan cepat, karyawan yang menangani keluhan pelanggan, memberikan informasi kadaluarsa, karyawan memberikan bantuan yang tulus (Hadian & Rahmat, 2019).

6. Pemecahan Masalah

Menurut Robert L. Solso (Mawaddah, 2015), “pemecahan masalah adalah suatu pemikiran yang terarah secara langsung untuk menentukan solusi atau jalan keluar untuk suatu masalah yang spesifik”. Menurut Polya (Indarwati: 2014) “pemecahan masalah merupakan suatu usaha untuk menemukan jalan keluar dari suatu kesulitan dan mencapai tujuan yang tidak dapat dicapai dengan segera”. Menurut Gunantara (2014) “kemampuan pemecahan masalah merupakan kecapakan atau potensi yang dimiliki siswa dalam menyelesaikan permasalahan dan mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari”.

7. Kebijakan

Carl J Federick sebagaimana dikutip Leo Agustino (2008:7) mendefinisikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan/kegiatan yang diusulkan seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan-hambatan (kesulitan- kesulitan) dan kesempatan-kesempatan terhadap pelaksanaan usulan kebijaksanaan tersebut dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Pendapat ini juga menunjukkan bahwa ide kebijakan melibatkan perilaku yang memiliki maksud dan tujuan merupakan bagian yang penting dari definisi kebijakan, karena bagaimanapun kebijakan harus menunjukkan apa yang sesungguhnya dikerjakan daripada apa yang diusulkan dalam beberapa kegiatan pada suatu masalah.

8. Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan fungsi dari kesan loyalitas dan harapan. Jika loyalitas berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika loyalitas memenuhi harapan, konsumen puas. Jika loyalitas melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Konsumen yang amat puas atas nilai/loyalitas yang diberikan lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap suatu produk, dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi terhadap ekspektasi. Kepuasan konsumen berbanding lurus dengan persepsi, artinya apabila persepsi konsumen terhadap produk dan jasa perusahaan yang ditawarkan semakin tinggi maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dihasilkan.

C. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Rakyat Indonesia Unit Gondangrejo, dengan alasan bahwa di lokasi ini belum pernah dilaksanakan penelitian mengenai Obyek penelitian adalah Kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Gondangrejo. Variabel dependen atau variabel terikat adalah Kepuasan Nasabah (Y), sedangkan variabel independen atau variabel bebas pada penelitian ini adalah Interaksi personal (X1), Pemecahan Masalah (X2) dan Kebijakan (X3). Data ini merupakan data Primer dengan pengambilan data melalui Kuesioner.

HASIL PENELITIAN

A. Gambara Umum Objek Penelitian

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase %
1	Laki-laki	57	57
2	Perempuan	43	43
	Total	100	100

Sumber : data yang diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden penelitian terdiri dari 57 orang (57%) adalah berjenis kelamin laki-laki dan 43 orang (43%) adalah berjenis kelamin perempuan.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (th)	Jumlah	Prosentasi (%)
1	21 – 30 tahun	33	33
2	31 – 40 tahun	55	55
3	41 – 50 tahun	7	7
	Total	100	100

Sumber : Data yang diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden penelitian yang berusia antara 21 s/d 30 tahun sebanyak 33 orang (33%), responden yang berusia antara 31 s/d 40 tahun sebanyak 55 orang (55%), responden yang berusia antara 41 s/d 50 tahun sebanyak 7 orang (7%) dan responden yang berusia > 50 tahun sebanyak 5 orang (5%).

B. Pembahasan Hasil Analisis Data

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Interaksi Personal berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji statistik diperoleh nilai t hitung sebesar 5,660

dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya bahwa Interaksi Personal mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rezanda, 2019), (Noviasari dan Azrico, 2012) dan (Wisnu & Hendro, 2014) menghasilkan variabel Interaksi Personal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan (Hadian & Rahmat, 2019), (Ulfan & Bagus, 2022) dan (Shekhar, 2011) menunjukkan bahwa Interaksi Personal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Interaksi Personal adalah nilai yang dilihat pelanggan pertama kali pada penyedia layanan. Interaksi personal merupakan kunci penting dan ampuh untuk mengurangi risiko pelanggan beralih. Ketika seorang karyawan mampu menjalin interaksi yang baik dengan pelanggan untuk pertama kalinya, kepuasan akan muncul di benak konsumen (Fakharyan et al., 2014).

PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

- 1) Validitas item pertanyaan untuk variabel Interaksi Personal (X1) Variabel Interaksi Personal terdiri dari 7 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik one shot methods yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel 3.

Tabel 3.

Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Interaksi Personal (X1)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	
<u>Keterangan</u>			
x1_1	0.610	0,196	Valid
x1_2	0.686	0,196	Valid
x1_3	0.597	0,196	Valid
x1_4	0.690	0,196	Valid
x1_5	0.584	0,196	Valid
x1_6	0.460	0,196	Valid
x1_7	0.437	0,196	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel IV.3 menunjukkan bahwa dari 7 item pertanyaan semua valid, karena mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} (0,196)

- 2) Validitas item pertanyaan untuk variabel Pemecahan Masalah (X2) Variabel Pemecahan Masalah terdiri dari 7 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan

teknik one shot methods yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel 4.

Tabel 4.

Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Pemecahan Masalah (X2)

Item Pertanyaan	ritem	rtabel	
<u>Keterangan</u>			
x2_1	0.339	0,196	Valid
x2_2	0.566	0,196	Valid
x2_3	0.689	0,196	Valid
x2_4	0.473	0,196	Valid
x2_5	0.419	0,196	Valid
x2_6	0.400	0,196	Valid
x2_7	0.472	0,196	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai ritem lebih besar dari rtabel merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 4 menunjukkan bahwa dari 7 item pertanyaan kesemuanya valid, karena mempunyai nilai r item lebih besar dari r tabel (0,196)

3) Validitas item pertanyaan untuk variabel Kebijakan (X3)

Variabel Kebijakan terdiri dari 7 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik one shot methods yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel 5.

Tabel 5.

Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Kebijakan (X3)

Item Pertanyaan	ritem	rtabel	Keterangan
x3_1	0.613	0,196	Valid
x3_2	0.508	0,196	Valid
x3_3	0.471	0,196	Valid
x3_4	0.588	0,196	Valid
x3_5	0.298	0,196	Valid
x3_6	0.496	0,196	Valid
x3_7	0.495	0,196	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai ritem lebih besar dari rtabel merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 5 menunjukkan bahwa dari 7 item pertanyaan kesemuanya valid, karena mempunyai nilai r item lebih besar dari r tabel (0,196).

3) Validitas item pertanyaan untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) Variabel Kepuasan Nasabah terdiri dari 7 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik one shot methods yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan

didapatkan hasil pada tabel 6.

Tabel 6.

Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Kepuasan
 Nasabah (Y)

Item Pertanyaan	ritem	rtab	Keterangan
y_1	0.652	0,196	Valid
y_2	0.601	0,196	Valid
y_3	0.518	0,196	Valid
y_4	0.387	0,196	Valid
y_5	0.399	0,196	Valid
y_6	0.566	0,196	Valid
y_7	0.496	0,196	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai ritem lebih besar dari rtabel merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 6 menunjukkan bahwa dari 7 item pertanyaan semuanya valid, karena mempunyai nilai r item lebih besar dari r table (0,196)

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 7

Tabel IV.7. Hasil Uji Reliabil

Variabel	Alpha		
	Cronbach	Kriteria	Keterangan
Interaksi Personal	0,832	Alpha	Reliabel
Pemecahan Masalah	0,755	Cronbach>	Reliabel
Kebijakan	0,772	0,60 maka	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,788	reliabel	Reliabel

Sumber: Data yang diolah,

2024

Tabel 7. menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian yang terdiri dari Interaksi Personal, Pemecahan Masalah, Kebijakan, dan Kepuasan Nasabah terbukti reliabel karena mempunyai nilai Alpha Cronbach > 0,60

B. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik disyaratkan harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik. Uji asumsi klasik dari masing-masing model meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas residual dapat

dilihat dengan uji statistik non parametik Kolmogorov- Smirnov (K-S) (Ghozali, 2016).

Jika pada hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal dan sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data tersebut berdistribusi tidak normal. Berikut adalah hasil uji normalitas:

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandar
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.18238424
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052

Sumber: data diolah 2024

Tabel 8 menunjukkan bahwa data penelitian telah terdistribusi normal yang dibuktikan dengan asymp sig. sebesar 0.949 yang lebih besar dari tingkat signifikansi penelitian 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Multikorelasi dalam regresi dapat dilihat dari nilai tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan ada multikolineritas nilai $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2016).

Tabel 9.
 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

	Unstanda		Standardi				
	R	Std	Be			Tolera	VI
1	1.49	2.2		.66	.50		
(Constant)	4	43	.469	6	7	.58	1.7

a. Dependent Variable:

Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah

2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada model regresi diketahui nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa dalam

model-model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Hasil uji disajikan pada tabel 6. berikut ini:

Tabel.10.

Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji *Glejser*

Coefficients^a

		Unstandardi		Standardiz		
		B	Std.	Bet		
1	(Constant)	.48	1.25		.38	.69
	Interaksi	6	3	.024	8	9
	Personal	.00	.04	.050	.18	.85

a. Dependent

Variable: AbsUt

Sumber: data diolah 2024

Pada tabel 10. menunjukkan nilai signifikansi variabel Interaksi Personal, Pemecahan Masalah, dan Kebijakan mempunyai nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Untuk menguji autokorelasi digunakan uji Durbin Watson. Uji Durbin Watson digunakan untuk menguji apakah antar residual tidak terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan residual adalah acak atau random (Ghozali, 2016). Berikut ini hasil uji autokorelasi pada penelitian ini.

Tabel 11.

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

			Adjusted	Std. Error	Durbi
1	.785	.616	.604	2.216	1.648

Sumber: data diolah 2024

Pada tabel 11 menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar dL 1,6131 dengan nilai dU yaitu 1,7364. Nilai Durbin Watson tersebut yang berada diantara $dL < d < du$ yaitu $1,6131 < 1,648 < 1,7364$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

PENUTUP

Simpulan

Hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Interaksi Personal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,660 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Pemecahan Masalah mempunyai t hitung sebesar 2,806 dengan signifikansi $0,006 < 0,05$ artinya bahwa Pemecahan Masalah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
3. Hasil uji dengan model persamaan regresi yang telah dilakukan menunjukkan variabel Kebijakan mempunyai t hitung sebesar 2,628 dengan signifikansi $0,010 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa Kebijakan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
4. Hasil uji secara serempak (Uji F) sebesar 51,377 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Interaksi Personal, Pemecahan Masalah, Kebijakan, berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah secara simultan.
5. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,604. Hal ini berarti bahwa 60,4% variabel Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Interaksi Personal, Pemecahan Masalah, Kebijakan dan sisanya yaitu sebesar 39,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model antara lain produk, aspek fisik dan kehandalan.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan untuk meningkatkan Kepuasan Nasabah antara lain:

1. Interaksi Personal sebaiknya perlu ditingkatkan karena dari hasil data yang diperoleh bahwa interaksi personal terbukti berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan cara:
Berpenampilan mengesankan sehingga dapat dipercaya nasabah, mempunyai ketrampilan teknis dalam melayani nasabah, mempunyai pengetahuan yang cukup tentang produk bank dalam menjawab pertanyaan nasabah.
2. Pemecahan Masalah dari pihak Bank BRI Unit Gondangrejo perlu ditingkatkan karena dari hasil data yang diperoleh bahwa Pemecahan Masalah terbukti berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan cara: Memecahkan masalah yang dihadapi nasabah yang berkaitan dengan kebijakan bank, memecahkan masalah yang dihadapi nasabah yang berkaitan dengan keinginan dan harapan nasabah.

3. Kebijakan sebaiknya perlu ditingkatkan karena dari hasil data yang diperoleh bahwa Kebijakan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan cara: mempunyai keunggulan dibanding yang lain, beroperasi pada jam kerja yang sesuai bagi semua nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, Leo. 2008. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*, Bandung: Alfabeta.
- Assael. 1992. *Consumer Behavior*. Edisi Bahasa Indonesia. New Jersey: PrenticeHall Inc.
- Assakdiyah, S. dan Indarti. 2004, *Evaluasi Terhadap Kualitas Pelayanan Usaha Jasa Transportasi Kota Di Kotamadya Yogyakarta*, Laporan Penelitian, Yogyakarta: Kopertis Wilayah V DIY.
- Bank Indonesia, 1992. *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*. (Sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998). http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/uu_bi_1099.pdf.
- Bitner, M.J. 1990. *Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses*. *Journal of Marketing*, 54, 69-82. <http://dx.doi.org/10.2307/1251871>.
- Fornell. 1996. *The American Customer Satisfaction*. Index: Nature, Purpose and Findings <https://doi.org/10.2307/1251898>.
- Ghozali, Imam. 2009. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*“. Semarang : UNDIP.. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadian & Rahmat. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Retail Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Mart* 212 Di Kota Medan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6 (2), 129–136. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.12>.
- Hermawan, 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia. <http://dx.doi.org/10.2307/1251430>.
- Indarwati, D. 2014. *Peningkatan Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Melalui Penerapan Problem Based Learning Untuk Siswa Kelas V SD*. *Jurnal Satya Widya*, Vol. 30, No.1. Juni 2014: 17-27.
- Kotler dan Keller. 2012, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

- . 2015, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga. Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Lester, James P, Stewart, Joseph, 2000, *Public Policy An Evolutionary Approach*, Wadsworth, Stamford, USA. Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Magatef, Dr.S.G dan Tomalieh, Dr.E.F. 2015. The impact of customer loyalty programs on customer retention. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 6 (8).
- Mawaddah, Siti, Anisah, Hana. 2015. Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Siswa Pada Pembelajaran Matematika Dengan Menggunakan Model Pembelajaran Generatif (Generatif Learning) di SMP. *FKIP Universitas Lambung Mangkurat*. Volume 3, No 2, Oktober 2015.
- Noviasari dan Azrico. 2012. Pengaruh Retail Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 20 (September), 1–17.
- Nugroho, Riant, 2003. *Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi dan Evaluasi* Jakarta: PT Elek Media Kompotindo.
- Parasuraman, et, al., 1985 A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1988. *SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., et.al, 1990, *Delivering Quality Service*, The Free Press, Maxwell Macmillan, Canada.
- Rezanda, M. 2019. Pengaruh Aspek Fisik, Realibilitas, Interaksi Personal, Pemecahan Masalah, dan Kebijakan Terhadap Kepuasan Pasien. *IDEA: Jurnal Humaniora*, 2(1), 32–40.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi kedua. Andy offiset, Yogyakarta.