



## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Sumut Kcp Sei Sikambing

### INFO PENULIS

Lusia Wita N. Giawa  
Universitas Tjut Nyak Dhien Medan  
[Lusyawitanatalligiawa@gmail.com](mailto:Lusyawitanatalligiawa@gmail.com)  
+6282274866517

Mella Yunita  
Universitas Tjut Nyak Dhien Medan  
[mlynt114@gmail.com](mailto:mlynt114@gmail.com)  
+6285262383988

Uswatun Hasanah  
[uswatun.hasanah@utnd.ac.id](mailto:uswatun.hasanah@utnd.ac.id)  
Universitas Tjut Nyak Dhien Medan  
+6285262333783

### INFO ARTIKEL

ISSN: 2808-1307  
Vol. 5, No. 3, Desember 2025  
<https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

### **Saran Penulisan Referensi:**

Giawa, L. W. N., Yunita, M., & Hasanah, U. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Sumut Kcp Sei Sikambing. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (3), 3497-3507.

### **Abstract**

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing. Desain penelitian kuantitatif diterapkan melalui kuesioner berskala Likert kepada 60 responden dengan teknik probability sampling. Kelayakan instrumen dan asumsi klasik telah dikonfirmasi melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linier berganda, uji-t (parsial), uji-F (simultan), serta koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun simultan, serta model mempunyai daya jelas yang memadai berdasarkan nilai  $R^2$ . Disimpulkan bahwa penguatan dimensi layanan (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik) serta peningkatan kepercayaan melalui transparansi dan keamanan transaksi merupakan strategi yang relevan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

**Kata kunci** : kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan nasabah.

### **Abstract**

This study examines the effects of service quality and trust on customer satisfaction at PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing. A quantitative design was employed using a Likert-scale questionnaire administered to 60 respondents via probability sampling. Instrument adequacy and classical assumptions were verified through validity, reliability, normality, multicollinearity, and heteroskedasticity tests. Hypotheses were tested using multiple linear regression, with partial significance assessed by t-tests, joint significance by the F-test, and explanatory power by the coefficient of determination ( $R^2$ ). The findings indicate that both service quality and trust exert positive and statistically significant effects on customer satisfaction, individually and jointly, with the model exhibiting adequate explanatory capacity per  $R^2$ . It is concluded that strengthening service quality dimensions (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles) and enhancing trust via transparency and transaction security are pertinent strategies to improve customer satisfaction.

**Keywords:** service quality, trust, customer satisfaction

## A. Pendahuluan

Dalam arus globalisasi dan digitalisasi, perbankan tampil sebagai infrastruktur sosial-ekonomi yang tak terpisahkan dari aktivitas harian masyarakat. Teknologi yang dahulu dipandang sebagai kebutuhan sekunder kini menjadi prasyarat layanan yang cepat, aman, dan mudah diakses, sehingga ekspektasi pelanggan terhadap kualitas interaksi dengan bank meningkat tajam. Dalam kerangka pemasaran jasa, kualitas pelayanan dan kepercayaan (trust) telah lama diidentifikasi sebagai anteseden utama kepuasan serta loyalitas nasabah—melalui dimensi keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik—yang mempengaruhi evaluasi nilai dan niat perilaku pasca-pembelian (Kotler & Keller, 2019; Lupiyoadi, 2018; Kotler & Keller, 2017; Kotler & Keller, 2020). Sejalan dengan itu, literatur metodologis menekankan pentingnya pengukuran yang andal—valid serta pengujian model yang memenuhi asumsi klasik agar inferensi empiris dapat dipertanggungjawabkan (Ghozali, 2018; Sugiyono, 2019). Di tingkat praktik, perusahaan jasa dituntut tidak hanya menghadirkan proses layanan yang efisien, tetapi juga memupuk persepsi dapat dipercaya melalui konsistensi janji layanan, transparansi informasi, dan keamanan transaksi—terutama pada kanal digital yang rentan menurunkan kepercayaan bila terjadi kesalahan atau kelambatan penanganan komplain (Lupiyoadi, 2018; Kotler & Keller, 2019).

Kekuatan relasi antara kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah telah dibuktikan pada berbagai konteks empiris. Penelitian di ranah perbankan dan layanan terkait menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten berkorelasi positif dengan kepuasan, baik pada skenario tatap muka maupun kanal teknologi seperti e-banking dan mobile banking (Adnisa, 2024; Diana Triwardhani, 2024; Jubaidi dkk., 2024; Nasfi dkk., 2020). Selain itu, kepercayaan—yang mencerminkan keyakinan nasabah atas kompetensi bank, integritas kebijakan, dan keamanan sistem—terbukti memperkuat kepuasan, bahkan berperan sebagai mekanisme psikologis yang menurunkan persepsi risiko dan memperhalus dampak kekurangan layanan pada evaluasi akhir pelanggan (Nuruddin Mahmud dkk., 2024; Natasya & Yudhira, 2023). Bukti lintas sektor jasa pun konsisten, dari bengkel otomotif (Alfin Bimbing dkk., 2024) hingga ritel spesifik (Ardista, 2021; Mirnawati dkk., 2024), memperlihatkan bahwa ketika standar layanan ditingkatkan—misalnya, melalui ketepatan waktu, keramahan, kejelasan prosedur, serta fasilitas fisik yang memadai—tingkat kepuasan dan niat mengulang pembelian turut meningkat.

Meski demikian, kekhasan konteks kelembagaan menentukan sejauh mana temuan-temuan tersebut dapat digeneralisasi. Bank Sumut KCP Sei Sikambing beroperasi sebagai entitas Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan mandat penguatan ekonomi masyarakat menengah ke bawah, yang berarti orientasi sosial-publik berjalan beriringan dengan tuntutan efisiensi dan daya saing pasar. Karakteristik ini membedakan KCP BUMD dari cabang bank swasta berskala nasional pada beberapa hal. Pertama, struktur nasabah cenderung lebih beragam dari sisi literasi keuangan, akses digital, dan sensitivitas terhadap biaya maupun risiko transaksi, sehingga pengalaman layanan tidak hanya ditentukan oleh dimensi teknis, melainkan juga oleh kualitas pendampingan dan edukasi (Lupiyoadi, 2018; Kotler & Keller, 2020). Kedua, adopsi kanal digital—mobile banking, internet banking, dan aneka fitur pembayaran—menggeser titik kontak layanan dari loket fisik ke layar gawai, menjadikan kecepatan respons, kejelasan antarmuka, serta keamanan data sebagai determinan utama pembentukan kepercayaan (Adnisa, 2024; Diana Triwardhani, 2024). Ketiga, keterbatasan sumber daya khas KCP (misalnya jumlah personel frontliner, kapasitas ruang layanan, atau jam operasional) menuntut desain proses yang ramping dan konsisten agar persepsi keandalan tetap terjaga pada jam sibuk.

Di sisi akademik, studi tentang kualitas pelayanan dan kepercayaan pada perbankan Indonesia relatif melimpah; namun, fokus spesifik pada kantor cabang pembantu BUMD dengan konteks lokal yang kuat masih jarang diulas secara mendalam. Banyak riset terdahulu mengobservasi bank nasional atau unit layanan berskala lebih besar, atau menitikberatkan pada satu variabel (misalnya kualitas layanan saja) tanpa menguji ko-eksistensi dan bobot relatif kepercayaan dalam model yang sama (Nasfi dkk., 2020; Jubaidi dkk., 2024). Kesenjangan inilah yang menegaskan urgensi pengujian simultan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumut KCP Sei Sikambing. Kebaruan (novelty) penelitian terletak pada (i) penajaman konteks BUMD tingkat KCP dengan mandat pelayanan publik, (ii) penekanan pada dinamika layanan hibrida (tatap muka-digital) yang memerlukan standar ganda—fisik dan siber, serta (iii) orientasi rekomendasi manajerial berbasis bukti lokal yang langsung dapat dioperasionalkan pada titik kontak layanan.

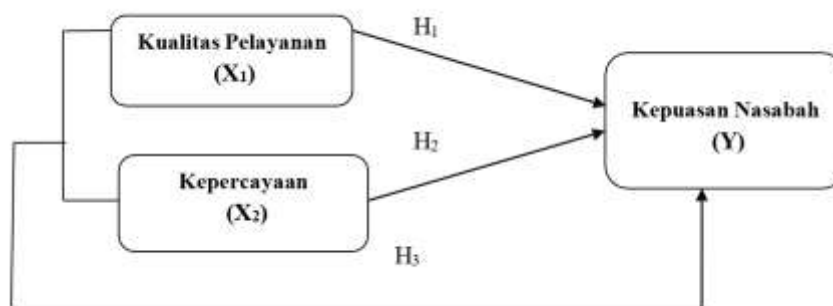
Fenomena lapangan menguatkan relevansi agenda riset ini. Bank Sumut KCP Sei Sikambing belakangan dikenal melalui sejumlah prestasi dan inovasi produk, yang mengisyaratkan

transformasi nilai tambah layanan. Namun, keberhasilan produk tidak akan berumur panjang bila tidak diikuti penguatan sistematis pada dimensi layanan—ketepatan, keramahan, akurasi informasi, dan penanganan keluhan—serta investasi pada faktor pembentuk kepercayaan, seperti keamanan transaksi dan transparansi biaya (Kotler & Keller, 2019; Lupiyoadi, 2018). Pengalaman pelanggan yang positif secara berulang akan mengkristal menjadi kepercayaan dan kepuasan, yang pada gilirannya memelihara retensi, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta kinerja komersial yang lebih stabil (Schiffman & Kanuk, 2010; Kotler & Keller, 2017).

Secara metodologis, penelitian yang dirancang dengan kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda memungkinkan identifikasi pengaruh parsial dan simultan dari kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan. Validitas dan reliabilitas instrumen, disertai pemastian terpenuhinya asumsi normalitas, tidak adanya multikolinearitas dan heteroskedastisitas, memberikan dasar inferensi yang kuat (Ghozali, 2018; Sugiyono, 2019). Dengan demikian, hasil yang diperoleh tidak semata-mata bersifat deskriptif, tetapi juga inferensial—memberi sinyal kebijakan yang dapat diambil, misalnya prioritas peningkatan dimensi layanan yang paling berpengaruh, atau intervensi spesifik pada aspek kepercayaan yang paling lemah.

Bertolak dari argumentasi teoretik dan empiris di atas, tujuan penelitian ini dirumuskan secara operasional: menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, serta menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumut KCP Sei Sikambing. Temuan yang diharapkan bukan hanya menutup celah literatur pada konteks BUMD tingkat KCP, tetapi juga menyediakan dasar perbaikan layanan yang konkret—mulai dari penyusunan standar layanan frontliner, penguatan sarana prasarana fisik, penajaman protokol keamanan siber, hingga desain mekanisme penanganan keluhan berbasis bukti—agar kualitas pelayanan dan kepercayaan berkonvergensi menjadi kepuasan nasabah yang berkelanjutan (Kotler & Keller, 2020; Lupiyoadi, 2018; Adnisa, 2024; Diana Triwardhani, 2024). Dengan pendekatan demikian, kontribusi penelitian diharapkan bersifat ganda: memperkaya khazanah ilmiah pemasaran jasa perbankan pada konteks lokal, sekaligus memperkuat kapasitas institusional Bank Sumut KCP Sei Sikambing dalam menghadirkan layanan publik yang unggul dan adaptif di tengah dinamika ekonomi digital.

### Kerangka Konsep penelitian



Gambar 1. Kerangka konsep Penelitian

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing. Secara konseptual, kualitas pelayanan yang tercermin pada keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik meningkatkan kesesuaian antara layanan yang diterima dan harapan nasabah, sehingga menumbuhkan evaluasi pascapenggunaan yang lebih baik. Dengan demikian, diharapkan koefisien pengaruh kualitas pelayanan bernilai positif dan signifikan secara statistik, selaras dengan temuan terdahulu yang menunjukkan keterkaitan positif antara kualitas layanan dan kepuasan (mis., Zalelawati et al., 2023).

#### H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing

Hipotesis kedua menegaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepercayaan terbentuk melalui transparansi informasi, konsistensi pemenuhan janji layanan, serta reputasi institusi, yang bersama-sama

menurunkan persepsi risiko dan meningkatkan rasa aman dalam bertransaksi. Secara empiris, hal ini tercermin pada kecenderungan nasabah untuk memberikan penilaian lebih tinggi terhadap pengalaman layanannya ketika tingkat kepercayaan meningkat; oleh sebab itu, koefisien pengaruh kepercayaan diharapkan bernilai positif dan signifikan, sebagaimana didukung penelitian sebelumnya pada sektor perbankan (Rohwiyati et al., 2024).

## **H2: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing.**

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Argumen ini berangkat dari pandangan bahwa pengalaman layanan merupakan konstruksi holistik: dimensi-dimensi kualitas pelayanan bekerja berdampingan dengan kepercayaan untuk membentuk penilaian komprehensif nasabah. Secara metodologis, pengujian simultan diperkirakan menghasilkan model yang layak ditinjau dari uji-F dan koefisien determinasi yang memadai, dengan arah pengaruh yang konsisten positif. Pandangan ini sejalan dengan bukti empiris yang menunjukkan signifikansi pengaruh kolektif dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan dalam konteks perbankan (Ismulyaty et al., 2022).

## **H3: Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah**

### **B. Metodologi**

Penelitian dilaksanakan pada PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing beralamat di Jl. Gatot Subroto No. 105, dengan periode pengumpulan data Desember 2024 hingga Februari 2025. Populasi penelitian mencakup 150 nasabah yang telah membuka rekening. Penentuan sampel menggunakan probability sampling dengan teknik proportionate stratified random sampling karena unsur populasi tidak homogen dan perlu diwakili secara proporsional. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kelonggaran kesalahan ( $\epsilon$ ) 10%; sehingga sehingga diperoleh responden sebanyak 60. Dengan demikian, sampel akhir terdiri atas 60 nasabah. Instrumen pengukuran disusun dalam bentuk kuesioner dan diujikan validitas serta reliabilitasnya menggunakan bantuan perangkat lunak statistik (SPSS). Validitas dinilai melalui corrected item-total correlation, dengan kriteria butir dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  Butir yang valid kemudian diuji reliabilitasnya menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan kriteria  $\alpha > 0,60$  sebagai indikasi konsistensi internal yang memadai. Model analitis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ). Uji parsial (uji-t) digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap  $Y$  dengan kriteria keputusan: hipotesis alternatif diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$ ; ditolak apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan signifikansi  $> 0,05$ . Uji simultan (uji-F) diterapkan untuk menilai pengaruh bersama  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$ , dengan kriteria penerimaan apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Asumsi klasik diuji untuk memastikan kelayakan model. Normalitas residual diperiksa melalui analisis grafik dan/atau uji statistik untuk memastikan distribusi mendekati normal. Multikolinearitas dievaluasi menggunakan nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF); model dianggap bebas multikolinearitas apabila  $VIF < 10$  dan tolerance umumnya  $> 0,10$ . Heteroskedastisitas dideteksi melalui scatterplot antara nilai prediksi terikat (ZPRED) dan residual (SRESID); ketidakhadiran pola tertentu (misalnya gelombang atau kerucut) serta sebaran acak titik di sekitar garis nol menunjukkan homokedastisitas. Daya jelas model dinilai menggunakan koefisien determinasi tersesuaikan (Adjusted  $R^2$ ) untuk menggambarkan proporsi variasi kepuasan nasabah yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan setelah memperhitungkan jumlah prediktor; nilai yang mendekati 1 menunjukkan kemampuan jelaskan yang kuat, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan yang terbatas. Seluruh prosedur tersebut dirancang guna menghasilkan inferensi yang sah dan andal terkait pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada konteks Bank Sumut KCP Sei Sikambing.

### **C. Hasil dan Pembahasan**

#### **Uji Validitas**

**Tabel 1. Uji Validitas Kepuasan Nasabah**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	39.8305	18.764	.623	.860
P2	39.9831	19.051	.605	.861
P3	40.1356	18.119	.729	.850
P4	39.9322	19.754	.578	.863
P5	40.0000	19.448	.616	.860
P6	40.2034	18.786	.563	.866
P7	39.7458	20.641	.509	.868
P8	39.6441	21.061	.537	.867
P9	39.6949	20.181	.583	.863
P10	40.1864	18.741	.646	.858

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22(data diolah)

Berdasarkan Tabel 1, seluruh 10 butir pertanyaan menunjukkan koefisien korelasi item-total (r-hitung) yang lebih besar dari r-tabel 0,254 pada taraf signifikansi 5%. Artinya setiap butir mampu mengukur konstruk Kepuasan Nasabah (Y) secara tepat dan dinyatakan valid, sehingga tidak ada butir yang perlu dieliminasi pada tahap ini. Dengan demikian, instrumen variabel Y telah memenuhi kriteria validitas isi melalui uji korelasi item-total.

**Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P11	39.8167	33.745	.776	.934
P12	39.7333	33.555	.765	.935
P13	39.7167	34.512	.715	.937
P14	39.7167	36.545	.587	.942
P15	39.6000	34.142	.771	.934
P16	39.4000	34.719	.766	.935
P17	39.5833	34.620	.786	.934
P18	39.3833	34.342	.788	.934
P19	39.3833	34.206	.804	.933
P20	39.3667	33.965	.836	.931

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22(data diolah)

Berdasarkan Tabel 2, kesepuluh butir pertanyaan memiliki koefisien korelasi (r-hitung) yang lebih besar dari r-tabel 0,254 pada taraf 5%. Dengan demikian, seluruh butir dinyatakan valid dan mampu mengukur konstruk Kualitas Pelayanan (X1), sehingga semuanya dapat dipertahankan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 3. Uji Validitas Kepercayaan**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P21	34.0333	22.914	.774	.871
P22	34.0500	24.658	.714	.877
P23	33.9500	26.387	.482	.894
P24	34.1500	23.248	.757	.872
P25	33.9500	24.387	.717	.876
P26	34.0000	25.593	.585	.886
P27	34.0167	25.000	.652	.881
P28	34.1167	22.817	.798	.868
P29	33.7333	26.707	.391	.901

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 3, sembilan butir pertanyaan pada variabel Kepercayaan (X<sub>2</sub>) menunjukkan nilai korelasi item-total terkoreksi (r-hitung) yang seluruhnya lebih besar daripada r-tabel pada taraf signifikansi 5%. Rentang koefisien korelasi berada antara 0,391 hingga 0,798, yang berarti setiap butir memiliki hubungan positif yang memadai hingga kuat dengan skor total skala. Dengan demikian, semua butir dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis lanjutan untuk merepresentasikan konstruk kepercayaan. Secara lebih rinci, butir P28 (0,798), P21 (0,774), dan P24 (0,757) tampak sebagai indikator terkuat karena kontribusinya paling besar terhadap pengukuran konstruk. Butir P22 (0,714), P25 (0,717), dan P27 (0,652) juga menunjukkan konsistensi yang baik. Dua butir dengan korelasi relatif lebih rendah ialah P23 (0,482) dan terutama P29 (0,391). Keduanya tetap memenuhi kriteria validitas karena melampaui ambang batas, namun redaksinya dapat dipertimbangkan untuk penyempurnaan pada penelitian berikutnya agar daya ukurnya meningkat. Informasi pendukung dari kolom "Cronbach's Alpha if Item Deleted" menunjukkan kisaran 0,868–0,901 saat masing-masing butir dihapus. Walaupun fokus kajian ini pada validitas, temuan tersebut mengisyaratkan bahwa penghapusan butir tidak memberikan peningkatan berarti terhadap konsistensi keseluruhan, sehingga seluruh butir sebaiknya dipertahankan. Secara keseluruhan, instrumen X2 telah menunjukkan validitas butir yang memadai sehingga dapat digunakan untuk pengujian hipotesis dan analisis statistik selanjutnya tanpa perlu eliminasi item.

**Uji reliabilitas**

**Tabel 4. Hasil Uji Reabiliti**

No	variabel	Cronbach Alpha	kreteria	keterangan
1	Kepuasan nasabah (Y)	0,874	0,60	Realibel
2	Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,941	0,60	Realibel
3	Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	0,893	0,60	Realibel

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4 di atas menghasilkan koefiensi korelasi yang lebih besar dari r-tabel. variabel X dan Y dapat disimpulkan lolos uji reabilitas.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi Linear berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Model persamaan regresi ini yaitu:

**Tabel 5. Analisis Regresi Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.440	2.472		4.628	.000
Kualitas pelayanan	.448	.061	.589	7.339	.000
Kepercayaan	.343	.072	.384	4.790	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Output SPSS 22, data di olah 202

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dibentuk persamaan :

$$Y = 11,440 + 0,448X_1 + 0,343X_2$$

Keterangan sebagai berikut:

- a) Konstanta sebesar 11,440 artinya jika variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan adalah 0, maka kepuasan nasabah (Y) yang terjadi adalah sebesar 11,440.
- b) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,448 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1%, maka kualitas pelayanan akan bertambah sebesar 0,448. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah
- c) Koefisien regresi variabel kepercayaan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,343 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kepercayaan mengalami peningkatan sebesar 1%, maka kepercayaan

akan bertambah sebesar 0,343. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

### Uji Normalitas

**Tabel 6. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.41602190
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.093
	Negative	-.109
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil dari analisis *Kolmogorov-Smirnov*, menunjukkan bahwa nilai signifikannya > 0,05 yaitu 0.072, maka data tersebut terdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 7. Uji Multikolinieritas**  
kolinieritas

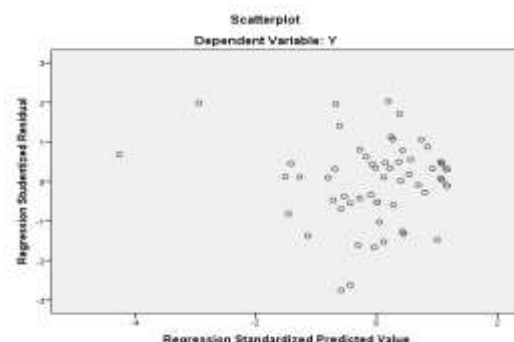
Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	11.440	2.472		4.628	.000		
<i>Kualitas pelayanan</i>	.448	.061	.589	7.339	.000	.651	1.536
Kepercayaan	.343	.072	.384	4.790	.000	.651	1.536

a. Dependent Variable: kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS 22, data di olah 2025

Pada Tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan analisis menunjukkan bahwa nilai-nilai VIF masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar 0.10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS22 , data di olah 2025

**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan *scatterplot* diatas terlihat bahwa titik-titik ada yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu atau tidak teratur serta titik-titik tersebut juga menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dengan menggunakan statistik t (Uji Secara Parsial). Hasil uji statistik t (uji secara parsial) ini yaitu:

**Tabel 8. Hasil Uji t (Uji Parsial)**  
Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.440	2.472		4.628	.000
Kualitas pelayanan	.448	.061	.589	7.339	.000
Kepercayaan	.343	.072	.384	4.790	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil tabel 8 di atas olahan dari model SPSS, maka dapat disimpulkan hasil signifikansi atau pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

- a) Nilai  $t_{hitung}$  untuk kualitas pelayanan ( $X_1$ ) adalah 7,339 dengan tingkat signifikansi 0,000 maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai  $t_{hitung} 7,339 > t_{tabel} 2,001$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .
- b) Nilai  $t_{hitung}$  untuk kepercayaan ( $X_2$ ) adalah 4,790 dengan tingkat signifikansi 0,000 maka variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai  $t_{hitung} 4,790 > t_{tabel} 2,001$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

**Uji F**

Hasil uji statistik F (Uji Secara Simultan) ini yaitu:

**Tabel 9. Hasil Uji F (Uji Simultan)**  
Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1098.341	2	549.170	90.893	.000 <sup>b</sup>
	Residual	344.393	57	6.042		
	Total	1442.733	59			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), kepercayaan, kualitas pelayanan

Sumber : Output SPSS 22, data di olah 2025

Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa diperoleh nilai  $F_{hitung}$  adalah 90,893 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan penggunaan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5%. Berdasarkan Tabel diperoleh  $0,000 < 0,05$ , dan  $f_{hitung} 90,893 > f_{tabel} 3,16$  ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

**Koefisien Determinasi**

**Tabel 10. Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 <sup>a</sup>	.761	.753	2.45804

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS 22, data di olah 2025

Hasil uji determinan pada Tabel 10 di atas memperlihatkan bahwa:

- 1) Nilai  $R = 0,873$  yang berarti hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 87,3%. Artinya hubungan tersebut sangat erat.
- 2)  $R Square$  sebesar 0.761 yang berarti 76,1 % faktor-faktor dari kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan sedangkan selebihnya sebesar 23,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

**Pembahasan**

**Hipotesis 1 - Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini dibuktikan oleh nilai  $t$  hitung sebesar 7,339 yang lebih besar daripada  $t$  tabel sebesar 2,001 pada taraf signifikansi 5 persen, serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Secara substantif, kualitas pelayanan merefleksikan kesesuaian antara layanan yang diterima nasabah dengan harapan awal mereka. Ketika kinerja layanan melampaui atau setidaknya memenuhi ekspektasi, persepsi nilai yang dirasakan meningkat sehingga memunculkan rasa puas. Kepuasan ini tampak pada sejumlah indikator, seperti kemudahan memperoleh layanan, kecepatan dan ketepatan petugas, kesopanan serta empati dalam interaksi, dan keandalan proses penyelesaian kebutuhan nasabah. Dalam konteks perbankan, kualitas pelayanan yang konsisten akan memperkuat persepsi profesionalisme lembaga, mengurangi keluhan, dan mendorong retensi nasabah. Temuan empiris ini sejalan dengan penelitian Ardistingia (2021), Kholilah dan rekan (2024), Sabri (2020), serta Jubaidi dan rekan (2024), yang sama-sama menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan antecedent penting dari kepuasan. Dengan demikian, manajemen perlu menempatkan pengelolaan kualitas layanan sebagai prioritas strategis melalui perbaikan standar operasional, pelatihan berkelanjutan bagi frontliners, dan pemanfaatan umpan balik nasabah untuk menutup kesenjangan antara harapan dan kinerja layanan.

### **Hipotesis 2 – Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah**

Penelitian ini juga mengonfirmasi bahwa kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung sebesar 4,790 yang lebih besar daripada  $t$  tabel 2,001 serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Kepercayaan dipahami sebagai keyakinan nasabah bahwa bank memiliki kapasitas dan integritas untuk memenuhi janji layanan, menjaga keamanan data dan dana, serta bertindak konsisten dan transparan dalam setiap transaksi. Ketika derajat kepercayaan tinggi, risiko yang dirasakan nasabah menurun, proses pengambilan keputusan menjadi lebih nyaman, dan pengalaman bertransaksi terasa lebih meyakinkan. Kondisi ini pada gilirannya meningkatkan kepuasan karena nasabah merasa terlindungi dan diperlakukan adil. Dalam praktik, kepercayaan dibangun melalui rekam jejak kinerja yang reliabel, kepatuhan terhadap regulasi, keterbukaan informasi, dan penyelesaian keluhan yang cepat serta tuntas. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Ardistingia (2021), Kevin dan rekan (2024), Adnisa (2024), serta Triwardhani (2024) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan merupakan determinan utama kepuasan. Oleh karena itu, bank perlu menginstitusionalisasikan tata kelola yang baik, memperkuat sistem keamanan, dan merawat komunikasi yang konsisten untuk memelihara kepercayaan nasabah dalam jangka panjang.

### **Hipotesis 3 – Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara Simultan terhadap Kepuasan Nasabah**

Secara bersama-sama, kualitas pelayanan dan kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Bukti empiris ditunjukkan oleh nilai  $F$  hitung sebesar 90,893 yang lebih tinggi daripada  $F$  tabel 3,20 serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa kepuasan merupakan keluaran dari sinergi antara kinerja layanan yang unggul dan keyakinan nasabah terhadap reliabilitas bank. Kualitas layanan memastikan proses transaksi berjalan efisien, akurat, dan berempati, sedangkan kepercayaan menurunkan keraguan serta memperkuat persepsi keamanan dan keadilan. Kombinasi keduanya menghasilkan pengalaman yang bernilai dan konsisten, yang tidak hanya meningkatkan kepuasan sesaat, tetapi juga menumbuhkan komitmen dan loyalitas nasabah. Dalam konteks manajerial, implikasinya adalah perlunya strategi terintegrasi: penjaminan mutu layanan melalui standar prosedur yang jelas dan pengukuran kinerja yang rutin, sekaligus penguatan dimensi kepercayaan melalui kepatuhan, transparansi, dan penanganan keluhan yang akuntabel. Kesimpulan ini konsisten dengan penelitian Siregar (2021), Alfin dan rekan (2024), serta Mirnawati dan rekan (2024) terkait peran kualitas pelayanan, dan sejalan dengan Nuruddin dan rekan (2024) serta Kevin dan rekan (2024) terkait peran kepercayaan. Dengan demikian, peningkatan kepuasan secara berkelanjutan menuntut orkestrasi kedua variabel tersebut dalam kebijakan dan operasional bank.

## **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumut KCP

Sei Sikambing. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik mutu layanan yang dirasakan—tercermin dari kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan sikap petugas—semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dilaporkan nasabah. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Keyakinan nasabah atas reliabilitas, integritas, dan konsistensi bank menurunkan risiko yang dirasakan dan meningkatkan kenyamanan bertransaksi, sehingga memperkuat kepuasan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terbukti bersama-sama meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan. Sinergi keduanya menghasilkan pengalaman layanan yang bernilai dan konsisten, yang pada gilirannya berpotensi mendorong loyalitas nasabah.

Untuk peneliti selanjutnya, beberapa saran dapat dipertimbangkan. Pertama, perluasan cakupan sampel ke beberapa KCP atau bank lain akan meningkatkan generalisasi temuan; penggunaan teknik sampling probabilitas juga layak dipertimbangkan. Kedua, menambah variabel relevan seperti persepsi harga yang adil, nilai yang dirasakan, penanganan keluhan, kualitas layanan digital, atau citra merek dapat memperkaya model dan menjelaskan variasi kepuasan yang belum terungkap. Ketiga, pendekatan metode yang lebih beragam—misalnya SEM/PLS, uji mediasi atau moderasi (contoh: kepercayaan sebagai mediator, literasi digital sebagai moderator), serta desain longitudinal—dapat memberikan bukti kausal yang lebih kuat. Keempat, penguatan kualitas instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas yang lebih komprehensif, serta pelengkap kualitatif (wawancara mendalam) untuk menangkap nuansa pengalaman nasabah, akan memperkaya interpretasi hasil penelitian.

## E. Referensi

- Adnisa, P. (2024). Pengaruh kualitas layanan mobile-banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumut Syariah KCP Kota Medan Maimun (Doctoral dissertation, Fakultas Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Sumatera Utara). <https://repository.uisu.ac.id/handle/123456789/2848>
- Alfin Bimbing, Lucky F. Tamengkel, & Danny D. S. Mukuan. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Pelita Motor. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/55091>
- Ali Hasan. (2018). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Ardista, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Langit Membiru Wisata Bogor. *Jurnal Parameter*, 6(1), 38–49. [https://scholar.google.co.id/citations?user=XWTE\\_YAAAAJ&hl=id](https://scholar.google.co.id/citations?user=XWTE_YAAAAJ&hl=id)
- Asyfiya, K. A., & Fariza, M. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan dimensi TERRA (tangibles, empathy, reliability, responsiveness, assurance) di BSI KCP Cirebon Plered 1. *Jurnal Witana (JW)*, 2(1). <https://jurnalwitana.com/index.php/jw/article/view/56>
- Diana Triwardhani. (2024). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan e-banking pada PT Bank Rakyat Indonesia. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 4(4), 1925–1934. <https://jurnal-id.com/index.php/jupin/article/view/638>
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan praktis: Riset komunikasi pemasaran terpadu*. UB Press.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual*. CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS* (Edisi ke-7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jubaidi, Choirul Munawaroh, Ayu Puspita Sari, & Awalluddin Ali Paraira. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Samarinda. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 5(6). <https://dinastirev.org/IEMSI/article/view/2647>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)* (M. A. Firmansyah, Trans.). CV Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-12, Jilid 1 & 2). PT Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Mahmud, N., Apriyanti, & Nurrofi, A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan pengalaman untuk mempengaruhi kepuasan nasabah. *Journal of Social Science Research*, 4(5), 1461–1470. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/14881>

- Mirnawati, Budiman Haruna, & Karma. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan karang hias di PT Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(3). <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/view/3268>
- Morissan, M., dkk. (2017). *Metode penelitian survei*. Kencana.
- Nasfi, Rahmad, & Sabri. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*. <https://ejournal.uinbukittinggi.ac.id/index.php/febi/article/view/3146>
- Natasya, N., & Yudhira, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Go-Ride di Gojek pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1). <https://journal.utnd.ac.id/index.php/jmdb/article/view/769>
- Sagala, K. Y. O., Mirza, D. F., Sinaga, E. D., & Fauz. (2024). Pengaruh kepercayaan, motivasi, dan pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah PT Bank Mandiri Taspen KC Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2). <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/5731>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Perilaku konsumen*. Indeks.
- Sidik, G. (2015). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2019). *Statistik untuk penelitian*. Alfabeta.