

BAB IV

HASII PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1. Sejarah BRI

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bel Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun

1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

4.1.2. Sejarah BRI Kelet

Asal usul nama Kelet, karena di daerah ini dulunya adalah hutan pohon karet, maka orang memberi nama daerah ini adalah daerah Karet, lama-kelamaan kata karet menjadi Kelet. Kelet adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Jepara, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.

Di Desa Kelet ada sebuah Pasar yang terkenal dengan sebutan Pasar Kelet. Pasar ini berdiri sejak tahun 1911 Oleh Pemerintah Belanda setelah Pemerintah Belanda merasa perlu menyediakan kebutuhan harian untuk menunjang kebutuhan Rumah Sakit Kelet. Beberapa swalayan yang cukup populer di Kelet diantaranya Rama Swalayan, Rama Minimarket, Rama 88 dan Semoga Jaya serta Toserba Sumatra Jaya.

Setelah Kelet menjadi kota kecamatan tahun 1987, BRI Unit Kelet dibuka baru pada tanggal 11 Agustus 1981. Pada tahun pertama BRI Unit Kelet berfungsi untuk melayani nasabah dari unit Kelet agar dapat mendapat pelayanan yang terdekat. Potensi yang banyak seperti sentra Jeruk Keprok di desa TuIakan dan Semangka di desa Banyumanis membuat BRI Unit Kelet semakin dikenal luas oleh masyarakat terutama yang membutuhkan kredit KUR.

Bank BRI Unit Kelet Jepara Bank BRI Unit Kelet Jepara berAlamat di Jl. Raya Jepara Pati, Desa Kelet, Jepara, Jawa Tengah - 59454 Telepon: 0291-579036.

4.1.3. Visi dan Misi BRI

Adapun visi Bank Rakyat Indonesia adalah: Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

Untuk mewujudkan visi tersebut, Bank Rakyat Indonesia menetapkan tiga misi yang harus dilaksanakan, yaitu:

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktek good corporate governance
- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders).

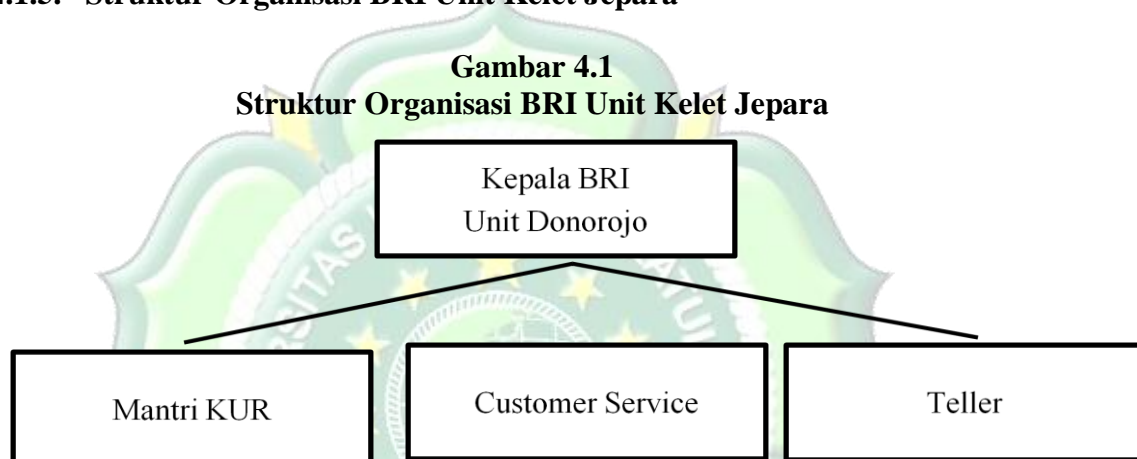
4.1.4. Bidang Usaha BRI

Sampai sekarang Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang didirikan sejak tahun 1895 tetap konsisten memfokuskan pada pelayanan kepada masyarakat kecil, diantaranya dengan memberikan fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Hal ini antara lain tercermin pada perkembangan penyaluran KUK (Kredit Usaha Kecil) pada tahun 1994 sebesar Rp. 6.419,8 miIyar yang meningkat menjadi Rp. 8.231,1 miIyar pada tahun 1995 dan pada tahun 1999 sampai dengan bulan September sebesar Rp. 20.466 miIyar.

Selring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin pesat maka sampai saat ini Bank Rakyat Indonesia mempunyai unit kerja yang

berjumlah 4.447 buah, yang terdiri dari 1 Kantor Pusat BRI, 12 Kantor Wilayah, 12 Kantor Inspeksi /SPI, 170 Kantor Cabang (dalam negeri), 145 Kantor Cabang Pembantu, 1 Kantor Cabang Khusus, 1 New York Agency, 1 Caymand Island Agency, 1 Kantor Perwakilan Hongkong, 40 Kantor Kas Bayar, 6 Kantor Mobil Bank, 196 P.POINT, 3.705 BRI UNIT dan 357 Pos Pelayanan Desa.

4.1.5. Struktur Organisasi BRI Unit Kelet Jepara



Sumber: BRI Unit Kelet, 2018.

a. Kepala BRI Unit

Melaksanakan fungsi manajemen di BRI Unit dalam mengimplementasikan strategi pengembangan kinerja bisnis mikro dengan menciptakan dan memanfaatkan peluang untuk mencapai RKA dan meningkatkan pertumbuhan bisnis mikro.

1. Tugas:

- a) Mengembangkan, memonitor dan mengevaluasi bisnis BRI Unit di wilayah kerjanya untuk mencapai target.

b) Melaksanakan pembinaan nasabah BRI Unit baik pinjaman maupun simpanan.

2. Wewenang:

a) Memutus permintaan KUR, Kupedes, dan BRInet sesuai dengan kewenangan yang diberikan.

b) Memutus /memfiat biaya promosi

c) Memfiat pencairan/ penarikan simpanan

d) Melakukan fiat bayar pinjaman yang telah diputus.

b. Mantri

1. Tugas:

a) Melaksanakan pemasaran produk BRI Unit (pinjaman, simpanan dan jasa bank lainnya)

b) Melakukan prakarsa usulan putusan pinjaman BRI Unit sesuai ketentuan yang berlaku agar pinjaman yang diberikan layak.

c) Melaksanakan pembinaan, penagihan, dan pengawasan pinjaman mulai dari pinjaman dicairkan sampai lunas.

2. Wewenang:

a) Memprakarsai permintaan pinjaman

b) Memproses dan mengusulkan permintaan pinjaman.

c. Customer Service

Customer Service bertugas:

1. Memberikan pelayanan administrasi kepada nasabah atau calon nasabah yang akan menggunakan jasa perbankan di BRI.

2. Memberikan informasi kepada nasabah atau calon nasabah mengenai produk BRI Unit.
3. Melaksanakan pemeriksaan dan registrasi permohonan pinjaman BRI Unit dan simpanan serta jasa bank.

d. Teller

Teller bertugas:

1. Memberikan pelayanan transaksi kas ataupun over booking, serta memberikan pelayanan pembayaran dari dan ke nasabah untuk kepentingan bisnis BRI sesuai dengan sistem yang jelas dan prosedur operasional BRI.
2. Memberikan pelayanan transaksi kas baik penerimaan setoran, pengambilan maupun pembayaran dari dan ke nasabah atau calon nasabah.
3. Melakukan pengurusan kas BRI Unit bersama Kepala Unit untuk mengamankan asset bank.
4. Melakukan kegiatan pemeriksaan fisik uang untuk memastikan keaslian uang yang diterima.

4.2. Deskripsi Responden

4.2.1. Jenis kelamin

Dari berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Perempuan	39
2.	Iaki-Iaki	57
	Jumlah	96

Sumber: Data primer yang dioIah, 2018.

Dari Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden kebanyakan adalah Iaki-Iaki dan sebagian responden perempuan. Nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara merupakan pekerja yang secara rutin berusaha mengembalikan hutang walau dengan gaji yang sedikit.

4.2.2. Usia

Data mengenai usia responden bisa dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah
1.	Kurang dari 20	14
2.	20 – 30	55
3.	30 – 40	18
4.	Lebih dari 50	9
	Jumlah	96

Sumber: Data primer yang dioIah, 2018.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa yang terbanyak yang menjadi nasabah PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara adalah berusia antara 20 – 30 tahun yaitu 55, dan hal ini menunjukkan bahwa PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara harus memperhatikan nasabah muda karena mereka pada usia muda pernikahan untuk menyiapkan pendidikan anak, atau membangun rumah sehingga mereka banyak menabung di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara.

4.2.3. Pendidikan Terakhir

Klasifikasi terhadap 96 responden yang diambil sebagai sampel berdasarkan tingkat pendidikan terakhir bisa dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan terakhir	Jumlah
1.	SD	11
2.	SLTP	51
3.	SLTA	23
4.	Perguruan Tinggi	11
	Jumlah	96

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Dari tabel tersebut pendidikan responden yang menjadi nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara adalah yang tingkat pendidikannya SLTP yaitu sebesar 51, Hal ini juga menunjukkan bahwa masyarakat di desa kebanyakan berpendidikan di tingkat SLTP, hal ini dikarenakan masyarakatnya yang kurang perhatian terhadap pendidikan dan yang lebih diutamakan adalah mendapat pekerjaan yang cepat menghasilkan uang.

4.2.4. Pendapatan

Klasifikasi terhadap 100 responden yang diambil sebagai sampel berdasarkan tingkat pendapatan bisa dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan

No	Pendapatan	Jumlah
1.	Kurang dari Rp. 500.000	14
2.	Rp.500.000-Rp.1.000.000	55
3.	Rp.1.000.000-Rp.3.000.000	20
4.	Lebih dari Rp. 3.000.000	7
	Jumlah	96

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar pendapatan responden adalah yang pendapatannya antara Rp. 500.000 - Rp.1.000.000 sebesar 55. Masyarakat desa kebanyakan berpenghasilan rendah akan tetapi mereka cukup giat berusaha, sehingga banyak pengusaha yang sukses berawal dari modal sendiri tumbuh dari lingkungan kecamatan Pecangaan.

4.3. Analisis Data

4.3.1. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang dilakukan adalah dengan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sedangkan kriteria untuk menyimpulkan data bersifat valid atau tidak adalah:

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan bersifat valid.
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan tidak valid dan pertanyaan tersebut harus dikeluarkan dari analisis.

Nilai r_{tabel} dengan n sampel 96 responden dan tingkat kesalahan 5% adalah 0,202. Berikut ini hasil uji validitas:

Tabel 4.5
Pengujian Validitas Indikator-Indikator Penelitian

Indikator	Nilai r hitung	Keterangan
Kepuasan Nasabah		
Y1	0,605	Valid
Y2	0,877	Valid
Y3	0,809	Valid
Kepercayaan		
X11	0,726	Valid
X12	0,726	Valid
X13	0,749	Valid
Emphaty		
X21	0,720	Valid
X22	0,702	Valid
X22	0,728	Valid
Komunikasi		
X31	0,636	Valid
X32	0,344	Valid
X32	0,613	Valid
X34	0,226	Valid
X35	0,603	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 18 tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} indikator-indikator variabel penelitian yang ditanyakan kepada responden memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} (0,2006) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada penelitian ini bersifat valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai alpha lebih besar dari 0,60. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 4.6
Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai alpha	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	0,871	Reliabel
Kepercayaan	0,717	Reliabel
Emphaty	0,845	Reliabel
Komunikasi	0,857	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 18, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai alpha masing-masing variabel penelitian memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan 0,6 sehingga disimpulkan semua variabel penelitian bersifat reliabel.

4.3.2. Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Suatu model regresi bebas dari problem ini apabila memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau sama dengan VIF kurang dari 10.

Tabel 4.7

Uji VIF

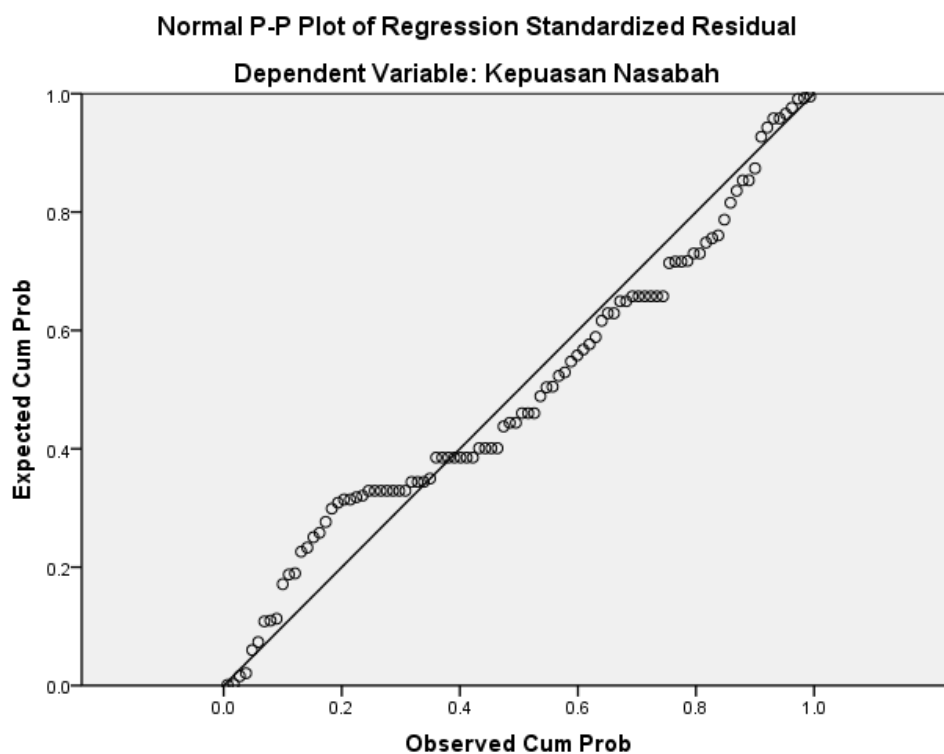
Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Kepercayaan	.904	.597	.283	.250	4.005
Emphaty	.829	.335	.135	.322	3.104
Komunikasi	.783	.292	.117	.402	2.490

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Bahwa semua variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 sedangkan VIF lebih kecil dari 10. berdasarkan angka-angka ini dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi penelitian ini lolos dari problem multikolinieritas.

4.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas ketiganya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Imam Ghazali, 2002). Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis *histogram* menuju pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini hasil pengujiannya.



Gambar 4.1.

Uji Normalitas

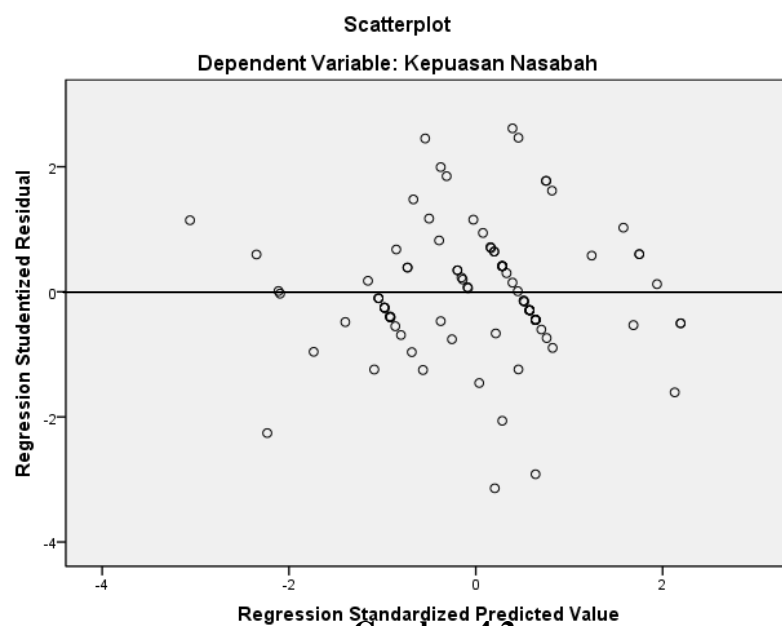
Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS 18

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa pola data mengikuti garis diagonal sehingga disimpulkan model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

4.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varian yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat diagram *scatterplot* yaitu apabila data membentuk suatu pola tertentu

maka terjadi heteroskedastisitas yang serius. Sedangkan model regresi bebas heteroskedastisitas apabila pola pada *scatter plot* tidak teratur atau menyebar di atas dan di bawah nilai nol. Berikut ini hasil pengujian heteroskedastisitas.



Gambar 4.2

Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatter Plot

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS 18.0

4.3.3. Analisis Kuantitatif

1. Analisis Regresi Berganda

Digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X dan Y. Dalam hal ini adalah pengaruh antara variabel pengaruh kepercayaan, empathy dan komunikasi terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara. Berikut ini hasil persamaan regresi, yang diasjikan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.8.
Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.228	.491		.464	.643
Kepercayaan	.571	.080	.567	7.131	.000
Emphaty	.234	.069	.239	3.408	.001
Komunikasi	.123	.042	.184	2.933	.004

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 18. Tahun 2018

Bentuk persamaan regresi diatas berdasarkan nilai *Unstandardized Coefficients* sebagai berikut:

$$Y = 0,228 + 0,571X_1 + 0,234X_2 + 0,123X_3$$

Interpretasi persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- $\alpha = 0,228$ artinya jika kepercayaan (X_1), Emphaty (X_2) dan Komunikasi (X_3) sama dengan nol, maka nilai kepuasan nasabah sebesar 0,228 poin.
- $\beta_1 = 0,571$ koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,571, menyatakan setiap ada kenaikan kepercayaan seseorang (X_1), maka akan menambah Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,571 poin. Dengan asumsi Emphaty (X_2) dan Komunikasi (X_3) konstan.
- $\beta_2 = 0,234$ koefisien regresi emphaty sebesar 0,234, menyatakan setiap ada kenaikan nilai emphaty seseorang (X_2), maka akan menambah Kepuasan Nasabah sebesar 0,234 poin, dengan asumsi kepercayaan (X_1) dan Komunikasi (X_3) konstan.
- $\beta_3 = 0,123$ koefisien regresi komunikasi sebesar 0,123, menyatakan setiap ada kenaikan komunikasi seseorang (X_1), maka akan menambah Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,123 poin. Dengan asumsi kepercayaan (X_1) dan Emphaty (X_2) konstan.

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar variabel independen kepercayaan (X_1), Emphaty (X_2) dan Komunikasi (X_3) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel terikat. Kepuasan Nasabah dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} dan probabilitas signifikansi (Sign.) dengan tingkat kesalahan (α). Nilai F_{tabel} dengan $df = 92$ ($n-k-1 = 96-3-1$) sebesar = 2,70. Hasil perhitungan nilai F disajikan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Nilai F_{hitung}
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	362.135	3	120.712	180.271	.000 ^a
	Residual	61.604	92	.670		
	Total	423.740	95			

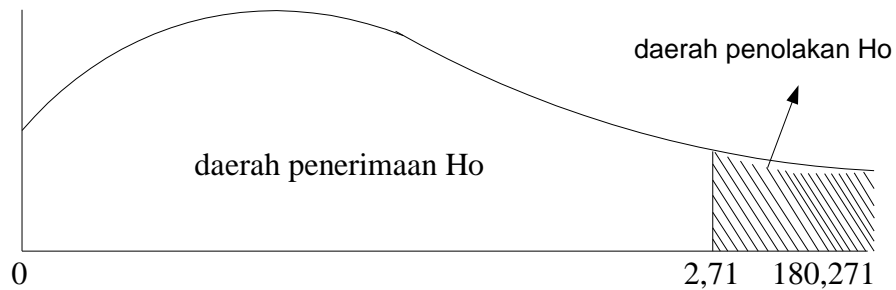
a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Emphaty, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer dioIah dengan SPSS 18. Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.9. tersebut ditunjukkan nilai $F_{hitung} = 180,271 > F_{tabel} = 2,71$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti kepercayaan (X_1), Emphaty (X_2) dan Komunikasi (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara.

Gambar untuk uji hipotesis F adalah:



Gambar 4.3
Uji hipotesis F

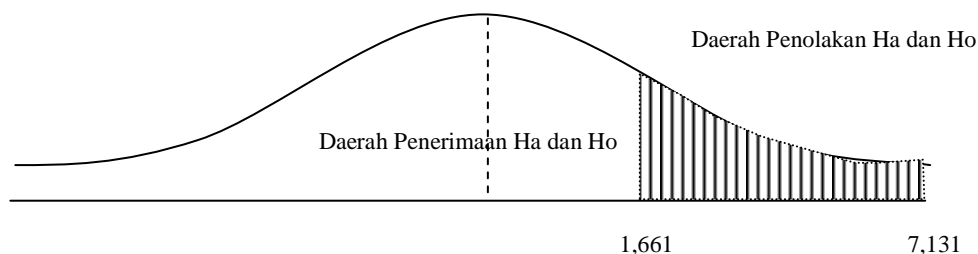
b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y), dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dan probabilitas signifikansi (sign.) dengan tingkat kesalahan (α). Nilai t_{tabel} dengan $df = 92$ ($n-k-1 = 96-3-1$) dan tingkat kesalahan 5% adalah $t_{tabel} = 1,661$.

1). Kepercayaan

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh $t_{hitung} = 7,131 > t_{tabel} = 1,661$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinginan membangun Kepuasan Nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara.

Gambar untuk uji hipotesis t variabel kepercayaan adalah:



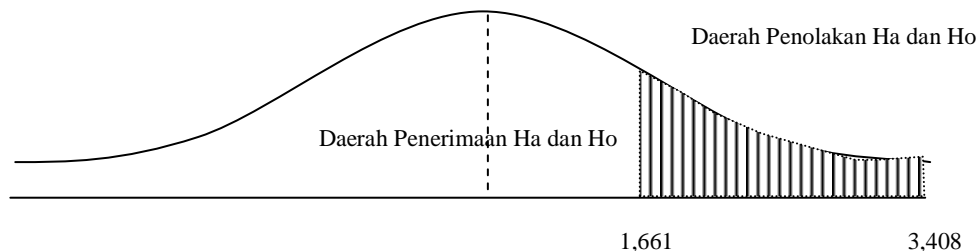
Gambar 4.4
Uji Hipotesis t Variabel kepercayaan

Hasil penelitian ini menggunakan uji satu arah, karena merujuk kepada penelitian yang telah ada sebelumnya atau sudah ada referensi bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan, maka karena melakukan replikasi terhadap penelitian tersebut, maka penelitian ini menggunakan hasil uji satu arah. Dan penelitian ini memberikan hasil bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2). Emphaty

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh $t_{hitung} = 3,408 > t_{tabel} = 1,661$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinginan membangun Kepuasan Nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara.

Gambar untuk uji hipotesis t variabel empathy adalah:



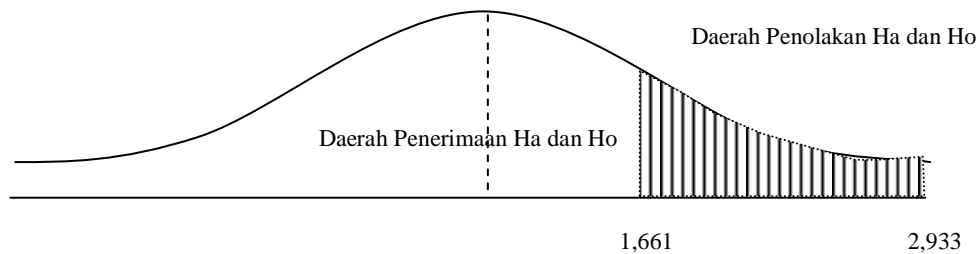
Gambar 4.5
Uji Hipotesis t Variabel Emphaty

Hasil penelitian ini menggunakan uji satu arah, karena merujuk kepada penelitian yang telah ada sebelumnya atau sudah ada referensi bahwa variabel empathy berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan, maka karena melakukan replikasi terhadap penelitian tersebut, maka penelitian ini menggunakan hasil uji satu arah. Dan penelitian ini memberikan hasil bahwa variabel empathy mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3). Komunikasi

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh $t_{hitung} = 2,933 > t_{tabel} = 1,661$ dan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti variabel komunikasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinginan membangun Kepuasan Nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara.

Gambar untuk uji hipotesis t variabel komunikasi adalah:



Gambar 4.6
Uji Hipotesis t Variabel komunikasi

Hasil penelitian ini menggunakan uji satu arah, karena merujuk kepada penelitian yang telah ada sebelumnya atau sudah ada referensi bahwa variabel komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan, maka karena melakukan replikasi terhadap penelitian tersebut, maka penelitian ini menggunakan hasil uji satu arah. Dan penelitian ini memberikan hasil bahwa variabel komunikasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Uji R (Koefisien Determinasi).

Koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengukur presentase pengaruh variabel-variabel bebas (kepercayaan, empathy dan komunikasi) terhadap perubahan variabel tidak bebas (Kepuasan Nasabah nasabah).

Nilai koefisien determinasi untuk kepercayaan, empathy dan komunikasi terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Nilai Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.924 ^a	.855	.850	.818

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 18. Tahun 2018

Nilai koefisien determinasi dapat dihitung dari nilai *Adjusted R Square* (r^2) = $0,850 \times 100\% = 85\%$, ini berarti bahwa ketiga variabel independen (kepercayaan, empathy dan komunikasi) mempunyai pengaruh sebesar 85% terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah) di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara dan yang 15% dipengaruhi oleh variabel lain seperti promosi dan lokasi.

4.4. Pembahasan

4.4.1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh $t_{hitung} = 7,131$ > $t_{tabel} = 1,661$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinginan membangun Kepuasan Nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara.

Kepercayaan dalam suatu hubungan mengurangi kecemasan dan kelemahan, terutama pada apa yang disebut tipe jasa kotak hitam (black box-type services) yang sulit dinilai karena bersifat tidak berwujud (intangible), kompleks, dan teknis. Maka dari itu Berry (2013: 242) berpendapat bahwa pelanggan yang meningkatkan kepercayaan pada supplier jasa berdasarkan pengalaman mereka dengan supplier tersebut memiliki alasan yang kuat untuk tetap menjalin hubungan tersebut. Hal ini menunjukkan loyalitas pada perusahaan akan semakin tinggi ketika konsumen memiliki persepsi kepercayaan pada penyedia jasa. Bitner (2013) menyatakan proposisi ini ketika dia menyatakan bahwa setiap penyampaian jasa menunjukkan suatu peluang bagi penyedia jasa untuk membangun kepercayaan dan karena itu dapat meningkatkan kepuasan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara dapat dipercaya kehandalannya. PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara selalu menjaga kepercayaan dengan nasabah serta selalu menjaga kejujuran baik oleh pimpinan maupun seluruh karyawan setiap berinteraksi dengan nasabah.

4.4.2. Pengaruh Emphaty terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh $t_{hitung} = 3,408 > t_{tabel} = 1,661$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinginan membangun Kepuasan Nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara.

Perhatian (*emphaty*), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan berkomunikasi dengan baik, dan memahami kebutuhan para konsumen, Tjiptono (2012).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah. PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara memberikan perhatian secara khusus kepada setiap nasabah serta semua karyawan PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara dapat berkomunikasi yang baik dengan nasabah.

4.4.3. Pengaruh Komunikasi terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh $t_{hitung} = 2,933 > t_{tabel} = 1,661$ dan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti variabel komunikasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinginan membangun Kepuasan Nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara.

Komunikasi antar personal (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan. Komunikasi jenis ini dianggap relatif efektif dalam hal upaya mengubah sikap: pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis, berupa percakapan, Onong Uchjana Effendy (2013). Komunikasi akan efektif jika kedua belah pihak setelah berkomunikasi terdapat adanya sebuah tindakan. Alexis Tan mengemukakan bahwa: perlu ada daya tarik dengan *similarity* (kesamaan), *familiarity* (keakraban) dan *proximity* (kesukaan). Seseorang biasanya akan

cenderung lebih tertarik dengan orang lain karena memiliki faktor kesamaan (sama hobi, sama sifat), keakraban (keluarga, teman karib), dan kesukaan. Dengan kondisi seperti itu orang tidak merasa sungkan untuk berbicara, yakni menceritakan masalah hidupnya secara jujur tanpa adanya kecanggungan berkomunikasi diantara keduanya. Jika sudah demikian, maka antara satu dengan yang lainnya akan saling mempengaruhi dan dengan sendirinya komunikasi akan berlangsung secara efektif. Komunikasi efektif menuntut kepekaan seseorang dalam situasi dan kondisi yang ada, bahkan telah banyak kegagalan organisasi dikaitkan dengan komunikasi yang buruk. Masalah yang paling sulit dalam komunikasi adalah bagaimana cara mendapatkan perhatian dari para pendengar untuk memastikan bahwa mereka mendengarkan. Menurut Suranto “Sebuah komunikasi yang efektif membutuhkan kontak mata, ekspresi wajah: ostur tubuh, dan penampilan fisik secara eksternal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara dapat memahami keinginan nasabah dengan baik. karyawan PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara ketika berkomunikasi menyenangkan. Karyawan PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara bersikap baik kepada setiap nasabah. Hubungan yang makin baik terjalin antara nasabah dengan karyawan PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara . Tindakan karyawan PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara dalam berkomunikasi ditujukan untuk melayani nasabah dengan baik

4.4.4. Pengaruh CRM terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan nilai $F_{hitung} = 180,271 > F_{tabel} = 2,71$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti kepercayaan (X_1), Empathy (X_2) dan Komunikasi (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Siti dkk (2014) menunjukkan bahwa ada pengaruh antara CRM (kepercayaan, empati, komunikasi, hubungan timbal balik, dan respek) dengan keinginan membangun loyalitas. Penelitian Media dkk (2014) juga menunjukkan Variabel CRM berpengaruh terhadap kepuasan. Serta penelitian Yuanira dkk (2013) menunjukkan CRM berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Kepuasan.

Hasil penelitian ini menunjukkan para nasabah banyak yang menggunakan jasa PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara kembali secara berulang. Nasabah banyak yang merekomendasikan jasa PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara kepada orang lain. Para nasabah banyak yang meyakinkan kepada teman atau keluarga untuk menggunakan jasa PT. Bank BRI Unit Kelet Jepara.