

**PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DAN *PHYSICAL EVIDENCE* DALAM
MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP NASABAH PADA BANK NAGARI
(Studi Kasus Pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya Padang)**

Ash Shadiq Egim¹⁾, Utari Sandra Gusnadi²⁾

¹ STIE Perbankan Indonesia, Padang

email: 2shadiq2@gmail.com

ABSTRACT : *This study aims to determinate to determine the Role of Customer Service and Physical Evidence of Service at Bank Nagari Sub-Branch Lubuk Buaya Padang. The data used are primary data, this study uses 100 respondents as research samples. The results of this study show that in the statistical t-test that Customer Service (X1) has a partial significant effect on Service (Y). while the Physical Evidence (X2) has partial significant effect on Service (Y). In the F-Test the statistic that Customer Service (X1) and Physical Evidence (X2) May simultan eously effect the Service (Y). Adjusted Square value is 0.382, which means that all variables have an influence of 38,2% on service, while the remaining 62,2% is explained by other variables not examined in this study.*

Keyword : *Customer Service, Physical Evidence, Service.*

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Peranan Customer Service dan Physical Evidence Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya Padang. Pengujian ini menggunakan Program SPSS 16. Data yang digunakan adalah data primer, penelitian ini menggunakan 100 orang responden sebagai sampel penelitian. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pada Uji t Statisti bahwa Customer Service (X1) berpengaruh signifikan parsial terhadap pelayanan (Y). Sedangkan Physical Evidence (X2) berpengaruh signifikan persial terhadap pelayanan (Y). Pada Uji F Statistik bahwa Customer Service (X1) dan Physical Evidence (X2) kemungkinan berpengaruh secara simultan terhadap pelayanan (Y). Nilai Adjusted Square sebesar 0,382 yang artinya keseluruhan variabel memberikan pengaruh Sebesar 38,2% terhadap pelayanan. Sedangkan sisanya 62,2%. Dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Customer Service, Physical Evidence, Pelayanan

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan dunia usaha sangat pesat di berbagai sektor. Termasuk sektor perbankan di Kota Padang yang semakin hari semakin kompetif. Perkembangan ini terkait dengan adanya dukungan pemerintah di sektor ekonomi nasional dan adanya berbagai kemudahan yang diberikan oleh pemerintah demi menompang perkembangan dunia usaha tersebut. Salah satunya dengan menciptakan cara atau suasana yang baik bagi perkembangan usaha di bidang perbankan di Indonesia. Hal ini juga dibuktikan dengan banyaknya bank baru yang membuka kantor Cabang di Sumatera Barat, terutama di Kota Padang.

Bank nagari merupakan salah satu bank yang ada di kota Padang yang merupakan BUMD. Salah satu cabangnya yaitu di Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya yang beralamat di Jalan Adinegoro No. 29B, Kec. Koto Tengah Padang. Bank Nagari selalu berusaha mengutamakan kepuasan nasabah di antara melayani masyarakat yang ingin membuka rekening baru serta menabung, dan juga memberikan fasilitas pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan. Perkembangan jumlah nasabah menabung pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya dilihat dari Tahun 2018 s.d 2020 terjadi kenaikan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dan senang kepada pelayanan yang diberikan. Untuk melihat perkembangan jumlah nasabah dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel. 1
Jumlah nasabah Bank Nagari Capem Lubuk Buaya 2018 s.d 2020

Tahun	Jumlah Nasabah	Pertumbuhan
2018	13.208	-
2019	14.920	12.96%
2020	16.125	8.07%

Sumber: Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya, 2021

Dapat dilihat dari tabel 1.1 tentang jumlah nasabah pada 3 tahun terakhir, dimana pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 14.920 orang dengan selisih jumlah nasabah dari tahun 2019-2018 mencapai angka 1.712 orang dengan presentase 12.96%. Sedangkan pada tahun 2020 kenaikan jumlah menabung 16.125 orang dengan selisih jumlah nasabah dari tahun 2020-2019 mencapai angka 1.205 orang dengan persentase 8.07%. Peningkatan dan penambahan nasabah yang menabung dan bertransaksi menunjukkan tingginya kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan *customer service* merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh bank untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah. Karena *customer service* banyak sekali berjumpa dengan banyak nasabah. Pelayanan *customer service* yang optimal akan meningkatkan citra baik perusahaan. Menjamurnya lembaga perbankan dan lembaga jasa lainnya, membuat setiap perusahaan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan tersebut.

Menurut Tjiptono (2012) dapat dijelaskan dibawah ini faktor yang mempengaruhi pelayanan pada dunia perbankan adalah: 1) *Tangible* (bukti fisik) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas pelayanan terhadap nasabah. 2) *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah, dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. 3) *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpati dan dengan akurasi yang tinggi. 4) *Responsiveness* yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian tanpa adanya suatu alasan yang tidak jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. 5) *Assurance* (jaminan) adalah pengetahuan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Fenomena yang terjadi pada *Tangible* (bukti fisik) pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya mempunyai masalah saat awal bulan, karena pada awal bulan didirikannya sebuah tenda di area parkir, sehingga nasabah yang datang ke Bank akan memarkirkan kendaraannya dibadan jalan dan menyebabkan kemacetan. *Empathy* (*simpati*) *customer service* pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya kurang memberikan perhatian yang bersifat individual yang diberikan kepada nasabah, dengan kurangnya perhatian individual tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. *Reliability* (kehandalan) *Customer Service* pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya kurang memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah, ketepatan waktu dalam melayani nasabah tidak dijalankan dengan baik, sehingga nasabah akan menunggu lama dan membuat nasabah

menjadi bosan. Responsiveness (respon) customer service pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya kurang memberikan pelayanan yang tepat terhadap nasabah, penyampaian yang dilakukan tidak jelas, sehingga menimbulkan persepsi negatif nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan customer service. Assurance (jaminan) yang diberikan customer service Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya kepada nasabah kurang menumbuhkan kepercayaan karena kurangnya pengetahuan dan kemampuan customer service tersebut.

Seorang customer service memegang peranan yang sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat *public relation*. Selain itu juga customer service juga diharuskan untuk menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Fungsi dan tugas-tugas customer service harus benar-benar dipahami sehingga customer service dapat menjalankan tugasnya secara prima. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan (Kasmir, 2017). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bersama pihak Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya mengatakan bahwa customer service harus memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dengan cara cekatan saat menangani keluhan nasabah, ramah, penuh senyum dan menaruh perhatian penuh serta serius saat melayani.

Seorang customer service pada saat dipagi hari yaitu menyiapkan Counter Customer Service bersih, rapi, dan senyaman mungkin. Kemudian pada saat jam kerja Customer Service benar-benar memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, mulai dari pembukaan dan penutupan rekening tabungan, pembukaan dan penutupan deposito, serta melayani semua kebutuhan dan keluhan nasabah. Pada jam istirahat petugas Customer Service tidak boleh kosong. Dimana peneliti menemukan pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya agar pelayanan berjalan dengan baik pada jam istirahat pelayanan ditutup hingga satu jam. Kemudian pada saat sore hari dan tutup harian, Customer service harus telah menyelesaikan semua tugas pada hari itu, dan membuat deadline untuk tugas yang dipending dan akan dikerjakan esok harinya.

Banyak faktor yang mempengaruhi pelayanan kepada nasabah, salah satunya adalah *physical evidence* (bukti fisik) yang merupakan sarana dan prasana dalam melaksanakan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pengelola untuk pelanggan. *Physical Evidence* unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu (Lupiyodi, 2013:120). Fenomena yang terjadi pada *physical evidence* yang ditemukan oleh peneliti tidak jauh bukanlah area parkir yang sempit, sehingga nasabah yang berkunjung melakukan transaksi memarkirkan kendaraannya di badan jalan sehingga dapat mengganggu aktivitas pengguna jalan lainnya. Kemudian ruang tunggu pada Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya keterbatasan ruang yang kecil sehingga masih ada nasabah yang berdiri saat melakukan transaksi berdiri menunggu antrian. *Physical Evidence* (bukti fisik) tersebut suatu hal yang secara nyata mempengaruhi minat seorang nasabah untuk melakukan transaksi pada bank tersebut. Unsur-unsur yang termasuk dalam *Physical Evidence*, antara dapat peneliti temukan pada bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya meliputi, lingkungan area bank agak terlalu sempit, area parkir yang tidak memadai atau tidak cukup luas.

Berdasarkan dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membahas tentang “Peranan *Customer Service* dan *Physical Evidence* Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya Padang”.

Rumusan Masalah

Dalam latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya, bagaimana peranan *physical evidence* dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya, dan bagaimana peranan *customer service* dan *physical evidence* secara bersama dalam meningkatkan pelayanan.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan *customer service* dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya, untuk mengetahui peranan *physical evidence* dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya, dan mengetahui peranan *customer service* dan *physical evidence* secara bersama dalam meningkatkan pelayanan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pelayanan

Menurut Sampara Lukman yang dikutip oleh Sinambela (2014:5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesik secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sementara dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagian hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Dalam pengertian lain, menurut Moenir (2015:27) pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh organisasi dalam masyarakat.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri serta dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2012:380) suatu perusahaan dapat mendemonstrasikan kualitas pelayanan melalui *physical evidence*

Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan akan diterima dengan baik oleh pelanggan jika kemampuan penyediaan jasa dalam mengukur kualitas pelayanan jasa yang dapat digunakan adalah dengan model SERQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Model ini sebagaimana dijelaskan oleh Tjiptono (2012) telah mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan jasa sebagai dasar pengukuran, yaitu :

- a) Bukti Fisik (*Tangible*), Pemberian jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, sarana, parkir, dan lain-lain), sebagai perlengkapan dari peralatan yang dipergunakan teknologi serta penampian karyawannya.
- b) Empati (*Empathy*), Empati yang memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
- c) Keandalan (*Reliability*), Keandalan yaitu kemampuan perusahaan adalah memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan yang berate ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpati dan dengan akurasi yang tinggi.
- d) Daya Tanggap (*Responsiveness*), Ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian tanpa adanya suatu alasan yang tidak jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- e) Jaminan (*Assurance*), Jaminan yaitu pengetahuan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Sanistasya (2015), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan

dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Customer Service

Menurut Kasmir (2017:53) Customer Service adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan kepada nasabah dalam menyelesaikan masalah dengan hasil yang memuaskan. Pelayanan nasabah atau customer service pada sebuah bank merupakan jasa yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan operasional bank sehari-hari.

Indikator Customer Service

Melayu Hasibuan (2010:150), bentuk-bentuk pelayanan prima yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah tamah, cepat, tepat, dan nyaman sehingga memenuhi kepuasan nasabahnya. Pelayanan prima sesuai dengan tuntutan nasabah mengingatkan implementasi reformasi, maka pelayanan meliputi titik tolak perkembangan nasabah, yaitu :

1. Kecepatan, Pelanggan atau nasabah sangat menginginkan pelayanan yang serba cepat dan tidak memakan waktu yang lama.
2. Ramah, Menciptakan kerjasama yang baik, keramahan merupakan kunci keberhasilan suatu pelayan.
3. Ketepatan, Pelayanan yang cepat disertai dengan ketepatan sesuai dengan nasabah.
4. Nyaman, Suasana yang nyaman sangat berpengaruh dalam membangun kinerja customer serta untuk menciptakan nasabah loyal.

Physical Evidence

Physical Evidence (bukti fisik) adalah suatu hal yang secara turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Jadi bukti fisik atau physical evidence juga turut berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena dengan adanya tata letak atau desain gerai matahari yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan jasa yang diinginkan (Ratih Hurriyati, 2015:63).

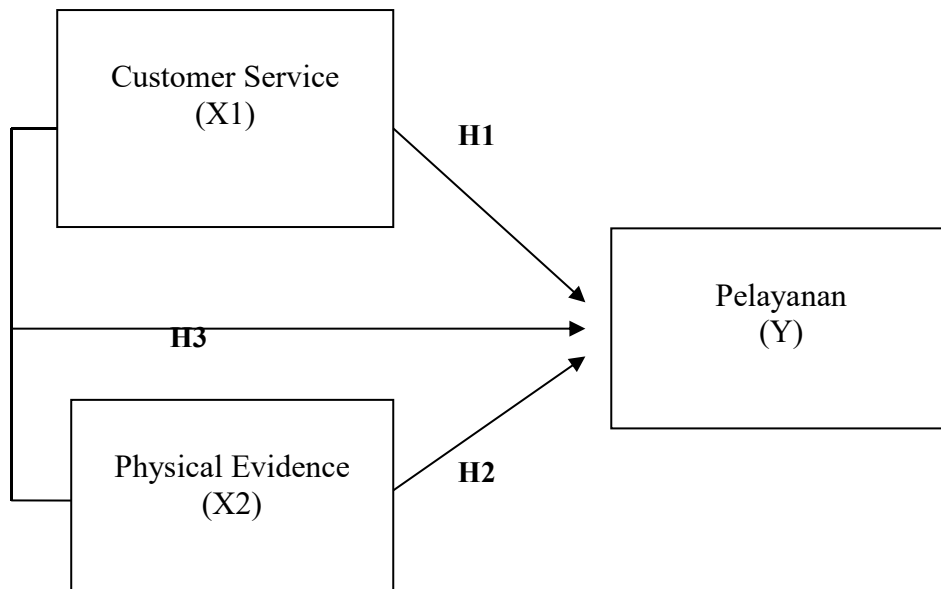
Physical Evidence menurut Faisal dalam Adam (2015:97) merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan pelanggan, untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. *Physical Evidence* menurut Adam (2015:98) yaitu sejumlah sarana dan prasarana. Physical evidence (bukti fisik) menurut Lupiyoadi (2013:120) adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu. Physical evidence (bukti fisik) menurut Lupiyoadi (2013:94) terbagi menjadi dua yaitu bukti penting (essential evidence) dan bukti pendukung (peripheral evidence).

Jadi indikator pada Physical Evidence pada penelitian ini menurut Sofjan Assauri (2010) adalah sebagai berikut :

1. Lingkungan, yaitu dengan kondisi yang nyaman serta menarik pada internal maupun eksternal lokasi usaha.
2. Tata letak, yaitu berkaitan dengan penataan lokasi yang baik dan enak dilihat.
3. Fasilitas Tambahan, yaitu dengan memberikan fasilitas-fasilitas pendukung untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

.Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



1. H1 : Diduga *customer service* berpengaruh positif secara parsial terhadap pelayanan yang diberikan
2. H2 : Di duga *Physical Evidence* berpengaruh positif secara parsial terhadap pelayanan dan signifikan terhadap keputusan pelayanan
3. H3 : Di duga *customer service & physical evidence* akan berpengaruh positif secara simultan terhadap pelayanan

C. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya yang beralamatkan di Jl. Adinegoro No. 29B, yang merupakan salah satu kecamatan di Kota Padang, Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2021.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, menurut Sugiyono (2018:15) metode kuantitatif adalah metode yang berdasar filsafat positivisme bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti. Jenis data ini memuat banyak angka-angkamulaidaripengumpulan, pengolahan, sertahasil yang didominasi angka.

Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan adalah data primer yang bersumber dari responden yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian. Data primer yaitu sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:213). Data diperoleh dari angket atau kuesioner yang dibagikan kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2018:142).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah area yang akan menjadi fokus penelitian. Populasi bukan hanya orang, tetapi objek serta benda alam lainnya (Sugiyono, 2018:130). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah penelitian kepada nasabah yang bertempat tinggal disekitaran Lubuk Buaya atau

sekitaran Kota Padang. Dengan jumlah keseluruhan nasabah 44. 253 orang (Sumber: Bank Nagari Lubuk Buaya).

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti Sugiyono (2018:131) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini di ambil dari sebagian dari jumlah populasi. Beberapa nasabah Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya yang menjadi subjek dalam penelitian adalah 100 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling. Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data (Sugiyono, 2018).

Teknik Analisis data

Analisis Regresi linier berganda

Menurut (Sugiyono, 2012) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalakan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila ada dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Formula untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x^1 + b_2x^2 + e$$

Dimana :

Y = Pelayanan

a = Konstanta

X1 = customer Service

X2 = Physical Evidence

b1 = koefisien regresi untuk variabel Pelayanan

b2 = koefisien regresi untuk variabel Customer Service

b3 = koefisien regresi untuk variabel Physical Evidence

e = error

Uji Parsial (Uji T)

Uji secara parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan asumsi–asumsi variabel lainnya adalah konstan. Uji ini digunakan untuk menentukan koefisien regresi yang paling besar. (Siregar, 2013 : 306). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel dan sebaliknya.

Uji Simultan (Uji F)

Digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau fit. Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} sebelum membandingkan nilai F, harus ditentukan tingkat kepercayaan $(1 - \alpha)$ dan derajat kebebasan (degree of freedom) $- n - (k + 1)$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai adalah 0,05 (Siregar, 2013 : 304).

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara pengaruh customer service dan physical evidence secara simultan terhadap pelayanan kepada pelanggan dan sebaliknya.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1. Klasifikasi koefisien korelasi yaitu 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1,00 (korelasi sempurna). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Pada penelitian ini akan membahas mengenai profil responden berdasar kuesioner yang telah disebar. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya yang berjumlah 100 orang. Berikut adalah jenis dari profil yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Lama menjadi nasabah

Responden berdasarkan lama menjadi nasabah terdiri dari empat kategori seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Persentase(%)
< 1 Tahun	14	14,0
1 – 2 Tahun	9	9,0
2 – 3 tahun	21	21,0
> 3 Tahun	56	56,0
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa jumlah responden terbanyak adalah responden yang menjadi nasabah >3 tahun yaitu 56,0%, selanjutnya yaitu responden yang menjadi nasabah selama 2 – 3 Tahun yaitu 21,0%, selanjutnya yaitu responden yang menjadi nasabah <1 Tahun yaitu 14,0%, dan terakhir yaitu responden yang menjadi 1 – 2 Tahun yaitu 9,0%.

2. Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	31	31,0%
Perempuan	69	69,0%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah responden penelitian yang laki-laki sebanyak 31,0% dan perempuan sebanyak 69,0% yang berarti responden perempuan lebih dominan daripada responden laki-laki.

3. Usia

Responden berdasarkan usia terdiri dari empat kelompok usia dengan rentang usia 5 tahun seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Usia Responden

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
17-22 Tahun	23	23,0%
23-28 Tahun	17	17,0%
29-34 Tahun	19	19,0%
>35 Tahun	41	41,0%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa jumlah responden penelitian yang terdiri dari berbagai tingkat usia, dimana usia terbanyak yaitu > 35 tahun yaitu 41,0%, selanjutnya tingkatan usia 17-22 tahun yaitu sebanyak 23,0%, dan selebihnya responden usia 23-28 tahun dan 29-34 tahun yaitu sebanyak 17,0% dan 19,0%.

4. Tingkat penghasilan

Responden berdasarkan tingkat penghasilannya terdiri dari lima tingkat seperti yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 5
Tingkat Penghasilan Responden

Tingkat Penghasilan Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
<Rp. 500.000	24	24,0%
Rp. 500.000 – Rp. 2.500.00	33	33,0%
Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000	42	42,0%
> Rp. 5.000.000 – Rp. 7.500.000	1	1,0%
>Rp. 7.500.000	0	0
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa responden dominan terdiri dari responden dengan tingkat penghasilan Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000 yaitu sebanyak 42,0%, selanjutnya yaitu responden dengan penghasilan Rp. 500.000 – Rp. 2.500.000 yaitu sebanyak 33,0%, dan terakhir yaitu dengan responden dengan tingkat penghasilan <Rp. 500.000 dan >Rp.5.000.000 – Rp. 7.500.000 yaitu sebanyak 24,0% dan 1,0% saja.

5. Pendidikan terakhir

Tabel 6
Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD	-	-
SMP	2	2,0%
SMA	51	51,0%
Diploma (D1, D2, dan D3)	9	9,0%
Sarjana (S1, S2, dan S3)	39	39,0%

Jumlah	100	100,0%
--------	-----	--------

Sumber: Data Diolah SPSS 20, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa jumlah responden yang tingkat pendidikan SMA yaitu sebanyak 51,0%, jumlah responden dari tingkat Sarjana (S1, S2, dan S3) yaitu sebanyak 39,0%, jumlah responden dari tingkat Diploma (D1, D2, dan D3) yaitu sebanyak 9,0%, jumlah responden dari tingkat SMP yaitu sebanyak 2,0%.

6. Pekerjaan saat ini

Tabel 7
Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
Karyawan Swasta	15	15,0%
PNS	31	31,0%
Pelajar/Mahasiswa	26	26,0%
wiraswasta	7	7,0%
Pensiunan	10	10,0%
Rumah Tangga	7	7,0%
TNI/POLRI	0	0
Lainnya	4	4,0%
Jumlah	100	100,0%

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa jumlah responden tingkat pekerjaan yang lebih dominan PNS (Pegawai Negeri Sipil) yang berjumlah sebanyak 31,0%, selanjutnya jumlah responden dengan tingkat pekerjaan Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 26,0%, jumlah responden pada tingkat pekerjaan Karyawan Swasta yaitu sebanyak 15%, jumlah responden pada tingkat pekerjaan Pensiunan yaitu sebanyak 10,0%, jumlah responden pada tingkat pekerjaan Wiraswasta yaitu sebanyak 7,0%, jumlah responden pada tingkat pekerjaan Rumah Tangga yaitu sebanyak 7,0%, dan yang terakhir jumlah responden yang tingkat pekerjaan lainnya seperti pegawai puskesmas, guru honorer, dan intansi lainnya yaitu sebanyak 4,0%.

Hasil Penelitian

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda adalah metode analisis yang tepat ketika penelitian melibatkan suatu variabel terikat yang diperkirakan berhubungan dengan satu atau lebih variabel bebas. Tujuannya adalah untuk memperkirakan perubahan respon pada variabel terikat terhadap beberapa variabel bebas. Analisis regresi linear berganda diuji menggunakan program SPSS versi 16. Analisis linear untuk mengetahui peranan *Customer Service* dan *Physical Evidence* terhadap pelayanan pada nasabah Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya.

Tabel 8
Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,487	4,663		4,394	,000
	TOTAL_X1	,348	,120	,250	2,904	,005

TOTAL X2	,622	,110	,485	5,635	,000
----------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat dibentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y=20,487+0,348X1 + 0,622X2 + e$$

1. Nilai konstanta pada penelitian ini sebesar 20,487 dengan tanda positif yang berarti bahwa jika variabel Customer Service dan Physical Evidence, tidak ada atau diasumsikan bernilai 0 maka pelayanan akan tetap ada sebesar 20,487 satuan.
2. Nilai koefisien variabel berpengaruh customer service sebesar 0,348 dengan tanda positif yang berarti variabel pengaruh customer service memiliki hubungan yang searah dengan pelayanan dimana setiap peningkatan 1 satuan variabel pengaruh customer service maka akan meningkatkan pelayanan sebesar 0,348 satuan dan begitupun sebaliknya.
3. Nilai koefisien variabel physical evidence sebesar 0,622 dengan tanda positif. Artinya variabel physical evidence memiliki hubungan searah dengan pelayanan dimana setiap peningkatan 1 satuan variabel physical evidence maka akan meningkatkan pelayanan sebesar 0,622 satuan dan begitupun sebaliknya.

Pembahasan

1. Pengaruh Customer Service Terhadap pelayanan

Hipotesa dalam penelitian ini adalah diduga bahwa customer service berpengaruh signifikan terhadap pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Berdasarkan hasil linear berganda yang membuktikan bahwa variabel customer service memiliki hubungan yang searah dengan pelayanan dimana setiap peningkatan 1 satuan variabel customer service maka akan meningkatkan pelayanan dan begitupun sebaliknya. Hal ini didukung oleh uji t menyimpulkan bahwa variabel customer service berpengaruh signifikan persial terhadap pelayanan. Tujuan penelitian ini untuk pengaruh customer service terhadap pelayanan, berdasarkan data tabel distribusi frekuensi bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel customer service (X1) adalah sebesar 4,08. hal ini menunjukkan jika variabel customer service berada pada posisi sangat setuju. Dengan itu, maka dapat dijelaskan bahwa customer service yang ada pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya sangat baik.

Sedangkan menurut penelitian terdahulu Harun (2017) customer service merupakan salah satu petugas bank yang memegang peranan penting dalam industri perbankan, sehingga keperluan dan permasalahan yang dihadapi nasabah dapat diatasi, maka dirumuskan pengertian dari customer service dalam memberikan pelayanan setiap nasabah, yakni “ layanan terhadap pelanggan atau nasabah, dapat berlangsung dengan baik, apabila ada sistem pedoman operasional yang benar agar keduanya merasa puas.

2. Pengaruh Physical Evidence Terhadap Pelayanan

Hipotesa dalam penelitian ini adalah diduga bahwa physical evidence berpengaruh signifikan terhadap pelayanan. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang membuktikan bahwa variabel physical evidence memiliki hubungan searah dengan pelayanan dimana setiap peningkatan 1 satuan variabel physical evidence maka akan meningkatkan pelayanan dan begitupun sebaliknya. Berdasarkan uji t menyimpulkan bahwa physical evidence berpengaruh signifikan terhadap pelayanan. Sedangkan distribusi frekuensi menyimpulkan bahwa physical evidence berada pada kategori sangat baik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh physical evidence terhadap pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden bangunan fisik atau gedung yang digunakan sebagai tempat pelayanan menarik, peralatan administrasi yang dipakai untuk melayani dalam kondisi baik, sehingga menunjang pelayanan, fasilitas fisik yang dimiliki (meja, kursi, TV, computer, dll) dalam kondisi baik, tata ruang/Interior ruang yang menarik membuat nasabah tidak lekas jenuh

saat menunggu antrean pelayanan, dan ruang tunggu yang bersih sehingga nasabah nyaman saat menunggu antrean pelayanan. Berdasarkan data tabel distribusi frekuensi dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden terhadap physical evidence (X₂) adalah sebesar 4,08. Hal ini menunjukkan jika variabel physical evidence berada pada posisi sangat setuju. Dengan itu, maka dapat dijelaskan bahwa physical evidence yang ada pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya sangat baik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sari (2015) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa Physical Evidence terbukti berpengaruh signifikan terhadap pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan sejalan dengan itu penelitian yang dilakukan oleh Tjandra dan Panjaitan (2012) bahwa physical evidence berpengaruh signifikan terhadap pelayanan.

3. Pengaruh Customer Service dan Physical Evidence Terhadap Pelayanan

Hipotesa dalam penelitian ini adalah diduga bahwa customer service dan physical evidence berpengaruh signifikan terhadap pelayanan. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang membuktikan bahwa bahwa customer service dan physical evidence memiliki hubungan yang searah dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau nasabah dimana peningkatan 1 satuan variabel customer service dan physical evidence maka akan meningkatkannya pelayanan dan begitupun juga sebaliknya. Hal ini didukung oleh uji t menyimpulkan bahwa customer service dan physical evidence berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pelayanan. Sedangkan pada uji F Statistik bahwa nilai signifikan yang diperoleh pada tahap pengujian data adalah sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga secara simultan customer service dan physical evidence berpengaruh terhadap pelayanan pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh customer service dan physical evidence terhadap pelayanan. Menurut Nina (2016), menyimpulkan bahwa customer service adalah orang atau bagian penting yang berhadapan langsung dengan para nasabah atau pelanggan, selain teller dan security. Customer service bukan hanya melayani nasabah akan membuka rekening ataupun menampung segala macam complain nasabah, customer service juga bisa merangkap sebagai seorang marketing yang mengenalkan produk-produk perbankan secara luas kepada para calon nasabah. Biasanya strategi ini disebut sebagai cross selling. Dan selanjutnya, seorang customer service mempunyai ciri khas kualitas yang meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan empati dari petugas pelayanan dalam memberikan dan menyampaikan pelayanan kepada nasabah atau pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan oleh nasabah atau pelanggan disaat sedang melakukan aktivitas transaksi pada perbankan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dilakukan oleh Nugroho dan Japarianto (2013), menyimpulkan bahwa physical evidence sebagai fasilitas pendukung. Fasilitas pendukung merupakan bagian dari pemasaran jasa yang memiliki peran yang cukup penting. Hal tersebut dikarenakan jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaian. Hal tersebut dinilai akan semakin memperkuat keberadaan dari jasa tersebut. Sebab, dengan adanya fasilitas pendukung secara fisik, maka jasa tersebut akan dipahami oleh pelanggan. Sedangkan menurut Radix (2015), dalam penelitiannya mengartikan physical evidence sebagai lingkungan fisik. Lingkungan fisik merupakan keadaan atau kondisi yang didalamnya termasuk suasana lokasi yang merupakan tempat beroperasinya proses kerja baik itu pelayanan jasa maupun pelayanan jual beli suatu produk. Karakteristik lingkungan fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Situasi dalam hal ini berarti situasi dan kondisi geografis dan lingkungan instusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakan dan layout yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai objek stimulan.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan yaitu dari uji t statistik membuktikan bahwa variabel Customer Service berpengaruh signifikan terhadap pelayanan yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,005$. Berdasarkan uji t statistik juga membuktikan bahwa variabel Physical Evidence berpengaruh signifikan terhadap pelayanan yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan uji f secara simultan dimana kedua variabel Customer Service dan Physical Evidence berpengaruh signifikan secara persial terhadap pelayanan pada Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji R Square menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel memberikan pengaruh sebesar 38% terhadap pelayanan.

Saran

Saran-saran dari penelitian yang telah dilakukan di Bank Nagari Cabang Pembantu Lubuk Buaya untuk meningkatkan Pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Kinerja Customer Service harus ditingkatkan lagi agar menjadi yang lebih baik, karena peranan seorang customer service sangat penting dan merupakan hal yang sangat penting atau bisa dikatakan tulang punggung dalam kegiatan operasional dalam dunia perbankan.
2. Dalam memberikan suatu pelayanan kepada nasabah, Customer Service harus bersikap ramah dan selalu di tuntut agar dapat memberikan pelayanan yang sangat baik terhadap pelayanan yang diberikan kepada nasabah.
3. Dalam fasilitas fisik sebaiknya agar setiap karyawan atau pun nasabah yang berkunjung selalu menjaga fasilitas yang disediakan oleh instansi bank dan selalu menjaga kebersihan ruangan supaya saat melakukan transaksi merasa nyaman selama berada di Bank tersebut.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Bandung: Afabeta
- Ari, Cendani. 2014. “Peranan *Customer Service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan Nasabah pada PT. Bank Jatim (persero) tbk Kantor Cabang malang”, STAIN Jember
- Fathoni. 2016. “Pengaruh Proses (*Process*), Orang (*People*), dan Bukti Fisik (*Physical evidence*) Terhadap kepuasan Paseien Di Klinik Medika Salatiga”, Skripsi, STIE, “AMA”. Salatiga
- Fernandes, Y.D., &Marlius, D. (2018).Peranan *Customer service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang, <http://doi.org/10.31227/osf.io/wrh3p>
- Ghozali. I. 2016. Teori Konsep dan Aplikasi Dengan *IBM SPSS* 24. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang: Ekonometrika.
- <http://www.banknagari.co.id> (diakses pada 7 Juni 2021)
- Hasibuan, Melayu. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Sragen. FE: UMS
- Harun, R. 2017. Pengaruh Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminahasa.UIN Alauddin Makassar.

- Johannes, J., Raf, M., & Lukman, M. 2012. “Analisis Kepuasan Nasabah Prioritas Berdasarkan Bauran Pemasaran (Kasus pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Jambi)”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 10(3):35-45
- Kasmir. 2014. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. “*Etika Customer Service*”. Jakarta: PT. Rajawali.
- Kasmir. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kasmir. 2017. “*Manajemen Perbankan Edisi Revisi*”. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Kevin L. 2012. “*Marketing Management*”. London: *Prentice Hall*.
- Marlius, D & Putriani, I. 2019. Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan dilihat dari Kualitas Layanan *Customer Service*. *Jurnal Pundi*, 03 (02), 111.222. doi.10.31575/jp.v3v2.151
- Mirawati & Femos, J. 2019. Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah pada Bank Nagari Cabang Siteba Padang <http://doi.org/10.31227/osf.io/cg458>
- Moenir, H., A., S. 2015. “*Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*”. Jakarta: Bumi Aksara
- Putra, A. M., & Femos, J. 2019. Pelaksanaan Pelayanan Prima terhadap Kepercayaan Nasabah di PT. Bank Perkreditan Rakyat Jorong Kampung Tengah Pariaman. <http://doi.org/10.31227/osf.io/c3fy4>
- Islamiyah, Nur. 2016. *Nasabah Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa*.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Afabeta.
- Sari, Muhara. 2015. “Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pelanggan Lotternart Dengan Aksebilitas Sebagai Variabel Moderator”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 4, Nomor 10, Oktober 2015.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet
- Thamrin, H. M. 2012. *The Role of Service Marketing, Mix and Ship Service Quality towards Perceived Value and its Impact to Ship Passenger's Satisfaction in Indonesia*. *Global Journal of Management and Bussiness Research*. 12(3): 97-101
- Tjandra, Sofyan Hadidan Tagor M.P Panjaitan. 2012. “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Siloam Hospital Lippo Karawaci”. *DeReMa Jurnal Manajemen*, Vol.3 No. 3 September 2012.