

MOTIVASI DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK NAGARI CABANG SYARIAH PADANG

MOTIVATION AND HANDLING OF COMPLAINTS REGARDING CUSTOMER SATISFACTION AT BANK NAGARI PADANG SHARIA BRANCH

Riche Fermayani¹ Ash Shadiq Egim² Tri Irfa Indrayani³ Ridha Rahmatika⁴
STIE Perbankan Indonesia^{1 2 4}, richefermayani@gmail.com, 2shadiq2@gmail.com
ridharahmatika92@gmail.com
Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat³, triirfaindrayani1@gmail.com

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi dan penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Padang. Sampel penelitian sebanyak 100 responden yaitu nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Padang. Metode analisis adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan uji f simultan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa motivasi dan penanganan keluhan secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh dari variabel motivasi dan penanganan keluhan terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 86,4%, sisanya sebesar 13,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar model penelitian.

Kata Kunci : *Motivasi, Penanganan Keluhan, dan Kepuasan Nasabah*

ABSTRACT : *This study aims to determine the effect of motivation and complaint handling on customer satisfaction at Bank Nagari Padang Syariah Branch. The research sample consisted of 100 respondents, namely customers of Bank Nagari Padang Syariah Branch. The method of analysis is multiple linear regression analysis. Based on the statistical t test conducted, it can be concluded that the variable motivation has a positive and significant effect on customer satisfaction because the significance value is $0.000 < 0.05$. The complaint handling variable has a positive and significant effect on customer satisfaction because the significance value is $0.000 < 0.05$. Based on the simultaneous f test conducted, it can be concluded that motivation and overall complaint handling have a significant effect on customer satisfaction. The magnitude of the influence of motivation and complaint handling variables on customer satisfaction variables is 86.4%, the remaining 13.6% is influenced by other variables that are outside the research model.*

Keyword : *Motivation, Complaint Handling, and Customer Satisfaction*

A. PENDAHULUAN

Adanya perubahan perekonomian secara global mengakibatkan sebagian besar perusahaan-perusahaan yang ada di negara berkembang harus berusaha lebih giat dalam memenangkan persaingan serta menguasai pasar. Adanya perubahan fundamental ekonomi seperti krisis ekonomi global yang melanda hampir seluruh wilayah di dunia, mengakibatkan manajemen perusahaan harus mampu memiliki strategi khusus dalam bertahan di tengah ketatnya persaingan global. Saat ini perusahaan di negara-negara asing banyak melakukan ekspansi ke negara berkembang sehingga perusahaan yang ada di negara berkembang harus mampu menyesuaikan diri. Hal ini dilakukan agar tidak kalah saing dengan perusahaan asing dan mampu menciptakan korespondensi ekonomi yang tinggi di negara sendiri.

Perbaikan yang dilakukan oleh dunia perbankan mencapai semua aspek baik secara fungsional ataupun operasional sehingga tetap mampu menjaga kepercayaan nasabahnya. Peran utama dari perbankan untuk menciptakan kondisi dan stigma positif bagi masyarakat agar tetap berada pada kondisi perekonomian yang stabil. Hal ini juga terjadi karena perbankan di Indonesia pernah mengalami krisis pada tahun 1998 dimana pada saat itu terjadi guncangan yang cukup hebat. Berdasarkan pengalaman tersebut maka perbankan yang ada di Indonesia telah melakukan perbaikan di segala hal seperti memperbaiki tingkat pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Perbankan berusaha untuk memberikan kepuasan nasabah yang tinggi agar nasabahnya merasa nyaman dalam menggunakan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan.

Kepuasan nasabah merupakan situasi kognitif dari seorang nasabah yang merasa dihargai setara atau tidak dengan pengorbanan yang dilakukannya (Tjiptono, 2022:115). Kepuasan nasabah merupakan respon emosional pada pengalaman yang berkaitan dengan penggunaan jasa tertentu yang dapat terlihat pada pola perilaku penggunaan jasa tersebut. Kondisi psikologis yang dialami oleh nasabah akan memaksanya untuk meningkatkan atau menurunkan emosional atas ekspektasinya terhadap penggunaan jasa yang telah digunakan. Kepuasan nasabah merupakan konsep utama dalam pemasaran karena menyangkut elemen keberhasilan organisasi dalam penggunaan jasanya.

Kepuasan nasabah memainkan peran penting dalam membentuk informasi tentang spesifikasi, keunggulan, dan daya tarik pada sebuah jasa (Muratin, 2022). Tuntutan nasabah pada pemanfaatan jasa yang berkualitas mengharuskan perusahaan dan para pesaing untuk meningkatkan kualitas jasanya sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan suatu tindakan dimana kebutuhan dan keinginan serta harapan dapat terpenuhi setelah dilakukannya pembelian atau penggunaan jasa perusahaan. Semakin tinggi kepuasan nasabah maka menandakan semakin tinggi ekspektasi nasabah atas penggunaan jasa yang diinginkan. Hal tersebut dapat meningkatkan kinerja organisasi karena nasabah yang puas akan cenderung menggunakan jasa tersebut secara berulang-ulang.

Penelitian ini dikhususkan kepada Bank Nagari karena merupakan bank milik pemerintah daerah yang orientasi utamanya adalah untuk menciptakan pembangunan yang tinggi dengan mendorong pertumbuhan terhadap berbagai sektor di Sumatera Barat. Bank Nagari merupakan bank kepercayaan dan kebanggaan bagi masyarakat Minang sehingga harus memberikan pelayanan yang baik bagi nasabahnya di Sumatera Barat. Penelitian ini difokuskan kepada Bank Nagari Cabang Syariah Padang karena merupakan cabang Bank Nagari yang melayani nasabah berdasarkan prinsip Islam.

Perkembangan kepuasan nasabah dapat dilihat pada perkembangan jumlah nasabah yang ada di Bank Nagari Cabang Syariah Padang yaitu:

Tabel 1 Perkembangan Kepuasan Nasabah

Tahun	Jumlah Nasabah	Perkembangan (%)
2018	38402	-1.54
2019	37546	-2.23
2020	46875	24.85
2021	55653	18.73
2022	75731	36.08

Sumber: Bank Nagari Cabang Syariah Padang, 2023

Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa perkembangan jumlah nasabah berada pada tren penurunan yang menandakan adanya nasabah yang tidak puas akan layanan di perusahaan. Terutama pada tahun 2019 terjadi penurunan jumlah nasabah sebesar 2,23%. Pada tahun 2021 perkembangan jumlah nasabah juga mengalami tren penurunan dimana hanya sebesar 18,73% saja, sedangkan pada tahun 2020 mencapai 24,85%. Adanya penurunan perkembangan jumlah nasabah tersebut menandakan adanya penurunan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Padang. Maka perlu dilakukan penelitian tentang faktor yang mempengaruhi penurunan perkembangan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Padang.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah adanya motivasi dalam diri nasabah untuk menggunakan jasa perusahaan. Motivasi merupakan inspirasi membuat seorang nasabah dalam menyelesaikan sebuah tindakan untuk mencapai tujuannya (Sudarwanto, 2021). Motivasi merupakan faktor yang dapat mendorong seseorang secara signifikan untuk berusaha secara sungguh-sungguh untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pada dasarnya motivasi merupakan keinginan yang muncul dalam pikiran seseorang sebelum melakukan tindakan yang sesuai dengan keinginan tersebut. Semakin tinggi motivasi nasabah menandakan semakin tinggi keinginan nasabah untuk menggunakan layanan perusahaan sehingga kepuasan nasabah akan semakin tinggi.

Motivasi merupakan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan (Rahmadilah, 2021). Motivasi merupakan unsur penggerak dari nasabah dalam bertindak sehingga motivasi merupakan alasan utama dari nasabah untuk menggunakan jasa perusahaan. Motivasi mendorong terbentuknya motif dalam menggunakan jasa sehingga setiap peningkatan motivasi akan meningkatkan motif nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan. Hal tersebut akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah jika motif tersebut berjalan dengan baik.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah bagaimana perusahaan mampu untuk menangani semua keluhan yang disampaikan oleh nasabahnya. Penanganan keluhan nasabah adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memperbaiki kerugian nasabah secara ekonomi sebagai akibat dari ketidakpuasan nasabah atas manfaat yang diterima dari perusahaan (Sopiah, 2022:244). Penanganan keluhan menjadi faktor utama bagi perusahaan dalam mendekati diri kepada nasabahnya karena dengan adanya keluhan yang ditangani dengan baik maka nasabah akan merasa diperhatikan. Namun apabila keluhan nasabah tidak ditanggapi dengan baik oleh perusahaan akan menciptakan tingkat rasa tidak puas dalam pelayanan perusahaan yang akan membuat nasabah tersebut meninggalkannya.

Penanganan keluhan merupakan strategi perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaingnya dengan taktik menganalisis keinginan dan kebutuhan nasabah (Nurchayyo, 2019). Perusahaan harus mampu meningkatkan penanganan keluhan karena apabila semakin meningkat dapat menyebabkan kelalaian karyawan dalam menyelesaikan keluhan nasabah tersebut. Maka efektivitas dan efisiensi dalam penanganan keluhan sangat perlu diperhatikan karena berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah.

Penanganan keluhan nasabah adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memperbaiki kerugian nasabah secara ekonomi sebagai akibat dari ketidakpuasan nasabah atas manfaat yang diterima dari perusahaan (Sopiah, 2022:244). Penanganan keluhan menjadi faktor utama bagi perusahaan dalam mendekati diri kepada nasabahnya karena dengan adanya keluhan yang ditangani dengan baik maka nasabah akan merasa diperhatikan. Namun apabila keluhan nasabah tidak ditanggapi dengan baik oleh perusahaan akan menciptakan tingkat rasa tidak puas dalam pelayanan perusahaan yang akan membuat nasabah tersebut meninggalkan perusahaan. Seorang karyawan yang berinteraksi secara langsung terhadap nasabah harus mampu memberikan penanganan terhadap keluhan nasabah dengan baik. Penanganan keluhan hendaknya membuat nasabah puas dengan apa yang diterimanya. Setiap perusahaan harus bertanggung jawab atas semua keluhan yang disampaikan oleh nasabah karena pemberian jasa merupakan tanggung jawab dari perusahaan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan lokasi atau objek penelitian adalah Bank Nagari Cabang Syariah Padang yang beralamat di Jalan Belakang Olo Nomor 54, Olo, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat 25113. Jumlah populasi dalam penelitian ini

adalah sebanyak 75.731 orang nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Padang. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 100 orang nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Padang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan sampling insidental. Metode pengambilan data dengan teknik kuesioner dilakukan agar data tersebut lebih terstruktur. Peneliti juga melakukan survei pada perusahaan karena terlibat secara langsung dalam kegiatan operasional perusahaan tersebut. Uji analisis data menggunakan uji regresi linear berganda yang memiliki satu variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah dan dua variabel independen yaitu motivasi dan penanganan keluhan. Persamaan regresi yang terbentuk adalah: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Nilai *corrected item-total correlation* (R hitung) untuk seluruh pernyataan pada variabel penelitian > 0,196 maka seluruh data telah valid. Maka seluruh data dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya. Nilai *cronbach's alpha* variabel penelitian > 0,6 maka data telah reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Nilai *asympt.sig (2-tailed)* pada *unstandardized residual* sebesar $0,076 > 0,05$ maka data telah berdistribusi normal. Nilai yang berdistribusi normal dapat menjelaskan bahwa semua data telah bisa digunakan untuk uji hipotesis. Dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67074796
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.057
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Nilai VIF variabel motivasi dan penanganan keluhan sebesar $5,868 < 10$ dan *tolerance* sebesar $0,170 > 0,1$ maka data tidak terjadi gejala multikolinearitas. Semua data variabel independen tidak terdapat hubungan multikolinearitas sehingga dapat digunakan pada uji statistik hipotesis. Dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.378	.827		1.666	.099		
	Motivasi	.473	.084	.504	5.628	.000	.170	5.868
	Penanganan Keluhan	.438	.088	.448	5.001	.000	.170	5.868

- a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Pengujian Hipotesis
Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	1.378	.827		1.666	.099			
Motivasi	.473	.084	.504	5.628	.000	.170	5.868	
Penanganan Keluhan	.438	.088	.448	5.001	.000	.170	5.868	

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil tabel 4 maka bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,378 + 0,473X_1 + 0,438X_2 + e$$

Penjelasan dari persamaan regresi di atas yaitu:

1. Nilai konstanta adalah 1,378 artinya jika tidak memperhatikan variabel motivasi dan penanganan keluhan atau bernilai nol maka kepuasan nasabah tetap ada sebesar 1,378.
2. Nilai koefisien motivasi adalah positif 0,473 artinya motivasi berbanding searah dengan kepuasan nasabah dimana setiap peningkatan 1 satuan motivasi maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,473. Begitu juga sebaliknya jika seandainya terjadi penurunan.
3. Nilai koefisien penanganan keluhan adalah positif 0,438 artinya penanganan keluhan berbanding searah dengan kepuasan nasabah dimana setiap peningkatan 1 satuan penanganan keluhan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,438. Begitu juga sebaliknya jika seandainya terjadi penurunan.

Uji t-Statistik

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil penelitian yang terlihat pada tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5 Hasil Uji t Statistik

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	1.378	.827		1.666	.099			
Motivasi	.473	.084	.504	5.628	.000	.170	5.868	
Penanganan Keluhan	.438	.088	.448	5.001	.000	.170	5.868	

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian hipotesis pertama pada tabel terlihat bahwa motivasi mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima. Kesimpulan menyatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Setiap peningkatan motivasi akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Hasil pengujian hipotesis kedua pada tabel terlihat bahwa penanganan keluhan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima. Kesimpulan menyatakan bahwa variabel penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Setiap peningkatan penanganan keluhan akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Uji f Statistik

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 6 Uji F Simultan

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1804.652	2	902.326	316.722	.000 ^b
	Residual	276.348	97	2.849		
	Total	2081.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan, Motivasi

Dari tabel 6 terlihat nilai signifikan untuk uji F simultan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima. Adapun kesimpulan yang diperoleh menyatakan motivasi dan penanganan keluhan secara keseluruhan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Motivasi Terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji regresi linear berganda menjelaskan bahwa setiap peningkatan motivasi maka akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil uji t parsial menyimpulkan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Motivasi adalah keinginan dari nasabah untuk menggunakan jasa apabila merasakan kesenangan sehingga tidak lagi memperhatikan manfaat dari jasa yang digunakan tersebut (Abadi, 2021). Motivasi merupakan bentuk perilaku yang dapat mengarahkan seseorang dalam mencapai tujuan. Motivasi yang baik dapat mendorong nasabah untuk menggunakan jasa perusahaan. Selain itu motivasi adalah faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan (Rahmadilah, 2021). Motivasi merupakan unsur penggerak dari nasabah dalam bertindak sehingga motivasi merupakan alasan utama dari nasabah untuk menggunakan jasa perusahaan. Motivasi merupakan kekuatan yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan dimana tindakan tersebut baik secara internal ataupun eksternal dapat menjadi pengarah yang dapat menciptakan keputusan penggunaan jasa.

Motivasi nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah sudah berjalan dengan baik sehingga mampu meningkatkan kepuasannya selama menggunakan jasa perusahaan. Motivasi merupakan unsur penggerak dari nasabah dalam bertindak sehingga motivasi merupakan alasan utama dari nasabah untuk menggunakan jasa perusahaan. Motivasi mendorong terbentuknya motif dalam menggunakan jasa sehingga setiap peningkatan motivasi akan meningkatkan motif nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan. Hal tersebut akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah jika motif tersebut berjalan dengan baik.

Hasil penelitian ini mendukung teori Maslow yang menjelaskan bahwa motivasi sangat mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah karena dapat mendorong keinginan nasabah untuk menggunakan jasa perusahaan. Motivasi dapat meningkatkan motif seseorang untuk menggunakan jasa perusahaan sehingga peningkatan motivasi akan mendorong nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan. Dorongan tersebut akan meningkatkan kepuasan nasabah selama menggunakan jasa perusahaan.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian oleh Ismail (2021), Beddu (2022), Yoeliastuti (2022), Safei (2022), dan Karomah (2022) yang menyimpulkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi motivasi nasabah maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah pada perusahaan.

Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji regresi linear berganda menjelaskan bahwa setiap peningkatan penanganan keluhan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil uji t parsial menyimpulkan

penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kesimpulan hasil penelitian adalah penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penanganan keluhan nasabah adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memperbaiki kerugian nasabah secara ekonomi sebagai akibat dari ketidakpuasan nasabah atas manfaat yang diterima dari perusahaan (Sopiah, 2022:244). Penanganan keluhan menjadi faktor utama bagi perusahaan dalam mendekati diri kepada nasabahnya karena dengan adanya keluhan yang ditangani dengan baik maka nasabah akan merasa diperhatikan. Namun apabila keluhan nasabah tidak ditanggapi dengan baik oleh perusahaan akan menciptakan tingkat rasa tidak puas dalam pelayanan perusahaan yang akan membuat nasabah tersebut meninggalkan perusahaan.

Penanganan keluhan adalah ungkapan emosi dari nasabah atas adanya sesuatu yang tidak dapat diterima yang berkaitan dengan penggunaan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan (Hisanuddin, 2022). Keluhan yang disampaikan oleh nasabah dapat diidentifikasi berdasarkan tingkat penyelesaiannya sehingga tujuan dari penyampaian keluhan tersebut dapat menjadi keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan dapat menjadikan keluhan sebagai sarana evaluasi agar dapat meningkatkan kualitas layanan yang akan diberikan nantinya, baik kepada nasabah yang sama maupun kepada nasabah yang lain. Maka penanganan keluhan harus dilakukan secara baik dan tepat sasaran sehingga tidak merugikan perusahaan ataupun nasabah.

Penanganan keluhan yang diselesaikan oleh karyawan Bank Nagari Cabang Syariah Padang belum berjalan dengan baik. Perusahaan harus mampu meningkatkan penanganan keluhan karena apabila semakin meningkat dapat menyebabkan kelalaian karyawan dalam menyelesaikan keluhan nasabah tersebut. Maka efektivitas dan efisiensi dalam penanganan keluhan sangat perlu diperhatikan karena berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung teori Walker yang menjelaskan bahwa keluhan nasabah menjadi kekuatan utama bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Ketika informasi mengenai keluhan nasabah diterima maka perusahaan dapat menjadikannya sebagai bahan evaluasi. Hal tersebut dilakukan agar kesalahan tersebut tidak dirasakan oleh nasabah lain yang menggunakan jasa yang sama.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arivetullatif (2019), Kurniawan (2022), Sanjayawati (2019), Martiwi (2019), dan Khoiri (2022) yang menyimpulkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi kemampuan manajemen dalam menangani dan menyelesaikan keluhan nasabah maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah pada perusahaan.

Pengaruh Motivasi dan Penanganan Keluhan Secara Bersama-Sama Terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga motivasi dan penanganan keluhan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel motivasi dan penanganan keluhan secara keseluruhan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai signifikansi uji F simultan sebesar $0,000 < 0,05$ maka hipotesis diterima. Besarnya pengaruh dari variabel motivasi dan penanganan keluhan terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 86,4%, sisanya sebesar 13,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar model penelitian.

Motivasi merupakan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan. Motivasi merupakan unsur penggerak dari nasabah dalam bertindak sehingga motivasi merupakan alasan utama dari nasabah untuk menggunakan jasa perusahaan. Motivasi mendorong terbentuknya motif dalam menggunakan jasa sehingga setiap peningkatan motivasi akan meningkatkan motif nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan. Hal tersebut akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah jika motif tersebut berjalan dengan baik.

Penanganan keluhan merupakan strategi perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaingnya dengan taktik menganalisis keinginan dan kebutuhan nasabah. Perusahaan harus mampu meningkatkan penanganan keluhan karena apabila semakin meningkat dapat menyebabkan kelalaian karyawan dalam menyelesaikan keluhan nasabah tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung teori Maslow yang menjelaskan bahwa motivasi sangat mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah karena dapat mendorong keinginan nasabah untuk menggunakan jasa perusahaan. Motivasi dapat meningkatkan motif seseorang untuk menggunakan

jasa perusahaan sehingga peningkatan motivasi akan mendorong nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan. Dorongan tersebut akan meningkatkan kepuasan nasabah selama menggunakan jasa perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung teori Walker yang menjelaskan bahwa keluhan nasabah menjadi kekuatan utama bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Ketika informasi mengenai keluhan nasabah diterima maka perusahaan dapat menjadikannya sebagai bahan evaluasi. Hal tersebut dilakukan agar kesalahan tersebut tidak dirasakan oleh nasabah lain yang menggunakan jasa yang sama.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian yaitu:

1. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji regresi linear berganda menjelaskan bahwa setiap peningkatan motivasi maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji regresi linear berganda menjelaskan bahwa setiap peningkatan penanganan keluhan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Berdasarkan uji f simultan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa motivasi dan penanganan keluhan secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh dari variabel motivasi dan penanganan keluhan terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 86,4%, sisanya sebesar 13,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar model penelitian.

Saran dari penelitian pada nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Padang dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan motivasi, maka perusahaan harus memperhatikan bahwa nasabah tertarik pada produk Bank Nagari Cabang Syariah Padang karena sangat nyaman digunakan karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan penanganan keluhan, maka perusahaan harus lebih meningkatkan kemampuan karyawan Bank Nagari Cabang Syariah Padang cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Bagi penelitian selanjutnya agar menambah variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah seperti harga produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Indra. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran, Psikologi Konsumen, Dan Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Dan Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Toko Online Di Kota Pare-Pare. *Equity: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Volume 16. Nomor 2. ISSN: 2549-6182 (Online)
- Arivetullatif. 2019. Pengaruh Motivasi, Dan Kompetensi Paramedis Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Bhayangkara Kota Padang. *Ensiklopedia of Journal*. Volume 1. Nomor 4. E-ISSN 2654-8399
- Beddu et all. 2022. Pengaruh Citra Toko, Motivasi Hedonis, Bauran Pemasaran, Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Online Melalui Keputusan Implusif Di Politeknik Pembangunan Pertanian Gowa Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosio Sains*. Volume 8. Nomor 1. e-ISSN: 2656-727X
- Damiati et all. 2019. *Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Cetakan 2. Depok : PT. RajaGrafindo Persada
- Daryanto. 2021. *Konsumen dan Pelayanan prima*. Edisi Revisi. Cetakan 1. Yogyakarta : Gava Media
- Firdaus, Effendi. 2020. Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan di Kota Tangerang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 01. Nomor 02. ISSN: 236-9X78
- Hadi, Salma Salsabila dan Sherly Artadita. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Penanganan Keluhan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Indihome Wilayah Telkom Tangerang). *e-Proceeding of Management*. Volume 9. Nomor 4. ISSN : 2355-9357
- Hisanuddin, Iip Irawan. 2022. Pengaruh Costumer Experience Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Kapal KFC Jetliner Di Pelabuhan Murhum Baubau. *Jurnal Ilmiah Bongaya(JIB)*. Volume 6. Nomor 1. ISSN:1907-5480
- Ismail, Dingot Hamonangan dan Damdam Damiyana. 2021. Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Motivasi Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Milenial Dalam Belanja On Line. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*. Volume 6. Nomor 1. ISSN : 2776-8171
- Karomah, Nurul Giswi. 2022. Pengaruh Citra Merk, Motivasi Dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Milenial Pada Marketplace (Studi Kasus Generasi Milenial Dalam Berbelanja Online Di Market Place: Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada). *Jurnal Jimek*. Volume 2. Nomor 2. E-ISSN : 2809-9427
- Kasmir. 2018. *Customer Services Excellent : Teori dan Praktik*. Edisi 1. Cetakan 2. Depok : PT. RajaGrafindo Persada
- Khoiri A H. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Semarang. *Jurnal Syarikah*. Volume 7. Nomor 2. e-ISSN 2528-6935
- Kurniasih, Nining. 2022. Pengaruh Sistem Pelacakan Berbasis Website, Kualitas Layanan Logistik Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada JNE di Kabupaten Majalengka). *Jurnal akuntansi dan sistem informasi*. Volume 3. Nomor 2. e-ISSN : 2745-5343
- Kurniawan, Yanto. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pasien BPJS Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pasien Pengguna BPJS Kesehatan Di RSIA Bunda Sejahtera). Volume 6. Nomor 1. E-ISSN: 2865-6583
- Martiwati, Rini. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Pada Auto 2000 Cabang Ciledug Jakarta. *Perspektif*. Volume 17. Nomor 1. e-ISSN 2550-1178
- Muratin. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Flexible Packaging. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 1. Nomor 3. E-ISSN : 2829-6109
- Nurchahyo, Agil dan Nihayatu Aslamatis Solekah. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Volume 7. Nomor 4. E-ISSN: 2580 – 5800. DOI: <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i4.13381>

- Pratiwi, Listya Ayuningsih Surya. 2023. Pengaruh Citra Bank dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan dan Loyalita Nasabah Tabungan pada Bank NTB Syariah Cabang Mataram (Studi Kasus Nasabah Dinas Komunikasi Informatika an Statistik NTB). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Volume 6. Nomor 2. E-ISSN : 2599-3410. DOI : <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1228>
- Rahmadilah, Fajar dan Devilia Sari. 2021. Pengaruh Hedonic Dan Utilitarian Motivation Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Continuance Intention Netflix. *e-Proceeding of Management*. Volume 8. Nomor 6. ISSN : 2355-9357
- Safei, Abdullah. 2022. Pengaruh Kualitas Jasa Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indah Logistik Cargo Bantar Gebang. *Jurnal Manajemen Bisnis Tri Bhakti*. Volume 1. Nomor 1. p-ISSN : 2828-1128.
- Sekaran, Umma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis : Pendekatan, Pengembangan, dan Keahlian*. Edisi 6. Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, Umma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis : Pendekatan, Pengembangan, dan Keahlian*. Edisi 6. Buku 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Sudarwanto dan Yoanna Rahman. 2021. Pengaruh Kompetensi Instruktur, Motivasi, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Studio Yoga Di Jakarta). *urnal Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*. Volume 3. Nomor 1. ISSN 2621-6434
- Swastuti, Endang. 2022. Customer Relationship Dan Kepuasan Pelanggan PUDAM Kabupaten Demak. *Management & Accountancy in Practice Journal*. Volume 11. Nomor 2. E-ISSN: 2722-0494
- Syahputra, Dodi. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Komplain terhadap Kepuasan Pelanggan di J&T Express Lumajang. *Jobma: Journal Of Organization And Business Management*. Volume 3. Nomor 1. E-ISSN: 2715-5579
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2022. *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Edisi 1. Cetakan 1. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Yanti, Dinayah. 2021. Pengaruh Motivasi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Sidoarjo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 01. Nomor 02. ISSN: 236-9X78
- Yoeliastuti. 2022. Pengaruh Promosi Dan Motivasi Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji MC. Donald. *The 1st LP3I National Conference of Vocational Business and Technology (Licovbitech)*.