



**PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA III**  
**Kualitas Sumberdaya Manusia**  
“Refleksi Budaya Kemajapahitan: *SDM Unggul Menuju Indonesia Emas 2045 berbasis Sainstek Berwawasan Lingkungan dan Kewirausahaan*”

---

**Menilai Kepuasan Nasabah:  
Dampak Kualitas Informasi dan Layanan**

**Reza Mustofa<sup>1\*</sup>, Santirianingrum Soebandhi<sup>2</sup>**

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya<sup>1,2</sup>

\*email korespondensi penulis: [rezamustofa932@gmail.com](mailto:rezamustofa932@gmail.com)

**Abstrak**

**Latar belakang:** Di tengah persaingan yang semakin ketat, kualitas informasi dan layanan menjadi dua aspek penting dalam industri perbankan. Informasi yang akurat dan mudah dipahami dapat membantu nasabah merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan terkait produk perbankan. Di sisi lain, layanan yang responsif dan ramah memberikan pengalaman positif bagi nasabah. Ketika kedua faktor ini diperhatikan secara konsisten, bank dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah. Evaluasi terhadap kualitas informasi dan layanan menjadi langkah penting yang perlu dilakukan untuk memastikan bank tetap kompetitif dalam menghadapi persaingan yang semakin dinamis. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank X di kota Gresik. **Matode:** Menggunakan pendekatan survei, data dikumpulkan melalui kuesioner *online* selama tiga bulan, menghasilkan 110 respon yang valid dari nasabah berusia 17-50 tahun. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (kualitas informasi dan kualitas layanan) dan variabel dependen (kepuasan nasabah). **Hasil:** Penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi dan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Peningkatan kedua aspek ini dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. **Kesimpulan:** Penelitian ini menegaskan bahwa kualitas informasi dan layanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah Bank X di Gresik. Meskipun hasil ini menunjukkan dampak positif, keterbatasan sampel dan variabel menunjukkan bahwa hasil ini belum dapat digeneralisasi secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak bank dan lokasi serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti kepercayaan dan keamanan transaksi untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

**Kata Kunci:** bank, kepuasan nasabah, kualitas informasi, kualitas layanan

**PENDAHULUAN**

Dunia perbankan Indonesia saat ini diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat (Rizal et al., 2021). Perkembangan pesat lembaga-lembaga perbankan dan perkreditan membuat mereka berlomba-lomba menarik minat nasabah. Akibatnya, masyarakat kini memiliki lebih banyak pilihan dalam menggunakan jasa perbankan. Untuk menjaga kepuasan nasabah, bank perlu secara rutin mengevaluasi tingkat layanan yang mereka berikan, guna memastikan nasabah tetap puas dengan layanan yang diterima.

Perkembangan industri perbankan nasional terus menunjukkan tren positif. Berdasarkan data Statistik Perbankan Indonesia hingga Oktober 2023, tercatat



## PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA III

### Kualitas Sumberdaya Manusia

*“Refleksi Budaya Kemajapahitan: SDM Unggul Menuju Indonesia Emas 2045 berbasis Sainstek Berwawasan Lingkungan dan Kewirausahaan”*

peningkatan signifikan di berbagai aspek. Aset perbankan meningkat 1,2%, mencapai Rp 11,345,365 triliun dibandingkan tahun sebelumnya. Pembiayaan yang disalurkan (PYD) juga mengalami kenaikan sebesar 1,2%, menjadi Rp 779,328 triliun, sementara dana pihak ketiga (DPK) naik 1,2% menjadi Rp 776,810 triliun pada periode yang sama. Peningkatan ini mencerminkan kinerja positif sektor perbankan yang terus berupaya memenuhi kebutuhan nasabah dengan lebih baik. Di tengah persaingan ketat ini, kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan merupakan faktor krusial yang memengaruhi profitabilitas bank. Kepuasan nasabah dapat berubah seiring dengan meningkatnya ekspektasi mereka, yang menuntut adanya peningkatan kualitas layanan dan informasi (Yola & Budianto, 2013). Dua faktor utama yang sering disebut sebagai penentu kepuasan nasabah adalah kualitas informasi dan kualitas layanan.

Kualitas informasi merujuk pada bagaimana konsumen memandang nilai informasi yang mereka terima terkait produk atau jasa yang ditawarkan. Informasi yang berkualitas tinggi dianggap lebih bermanfaat dan relevan bagi pengguna, sementara informasi yang tidak memberikan manfaat dianggap kurang berkualitas (Yakub, 2018). Penelitian Soelistya dan Agustina (2017) menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas informasi yang diterima, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian Ghantynireta (2021) yang menyatakan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, menunjukkan bahwa informasi yang diberikan mungkin tidak selalu memengaruhi tingkat kepuasan.

Selain itu, kualitas layanan juga memainkan peran penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Kualitas layanan mencakup upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara yang sesuai atau melebihi harapan mereka (Trisusanti & Karneli, 2017). Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan minat untuk Kembali. Selain itu, kepuasan pelanggan juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (Soebandhi et al., 2020). Layanan yang melampaui harapan pelanggan dipersepsikan sebagai layanan berkualitas tinggi, sementara layanan yang tidak memenuhi harapan dianggap buruk (Tjiptono, 2014). Penelitian Sahanggamu (2015) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Sebaliknya, penelitian Hidayat dan Firdaus (2014) mengungkapkan bahwa peningkatan kualitas layanan tidak selalu meningkatkan kepuasan, seperti yang ditemukan pada pelanggan Telkom Speedy di Palangkaraya (Kamila, 2017).

Seiring dengan meningkatnya persaingan dan ekspektasi nasabah, bank di Indonesia perlu terus beradaptasi dan mengoptimalkan layanan serta informasi yang

mereka sampaikan kepada nasabah. Peningkatan kualitas ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi harapan nasabah tetapi juga untuk menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dalam konteks ini, penelitian sebelumnya memberikan wawasan yang berbeda mengenai bagaimana kualitas informasi dan layanan memengaruhi kepuasan nasabah. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa setiap bank mungkin perlu mengembangkan pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan nasabah mereka, guna mencapai tingkat kepuasan yang optimal. Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil penelitian sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi dan layanan terhadap kepuasan nasabah Bank X di kota Gresik.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan selama tiga bulan menggunakan Google Form. Dari kuesioner tersebut, diperoleh 110 respon yang valid. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank X di kota Gresik, berusia 17-50 tahun, yang memiliki rekening di bank tersebut. Kualitas informasi diukur menggunakan empat indikator yang diadopsi dari Aimsyah (2013), sementara kualitas layanan dinilai berdasarkan lima indikator yang dirumuskan oleh Zaenal dan Laksana (2018). Kepuasan nasabah kemudian diukur melalui tiga indikator yang diambil dari penelitian Agustina dan Fauzi (2018).

Untuk menganalisis data yang terkumpul, digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Teknik ini dipilih untuk mengetahui sejauh mana variabel independen, yaitu kualitas informasi dan kualitas layanan, berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah. Sebelum melakukan analisis regresi, data terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian yang digunakan sudah tepat dan konsisten. Uji asumsi klasik, seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, juga dilakukan guna memastikan model regresi yang digunakan tidak melanggar asumsi-asumsi dasar statistik.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut merupakan data statistik deskriptif setiap variabel sebagai berikut:

**Tabel 1.** Statistik Deskriptif Data Masing-Masing Variabel

	<i>Descriptive Statistics</i>				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Informasi	110	35	60	50.53	5.070
Kualitas Layanan	110	43	75	63.49	6.710
Kepuasan Nasabah	110	26	45	37.95	4.363
Valid N (listwise)	110				

Selanjutnya dalam penelitian ini ditetapkan tiga norma kategorisasi, yaitu rendah, sedang, dan tinggi untuk variabel kualitas informasi, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah. Berikut hasil pengelompokan kategori beberapa variabel sebagai berikut:

**Tabel 2.** Kategorisasi Variabel Kualitas Informasi

		<b>Kualitas_Informasi</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	11	10.0	10.0	10.0
	Sedang	81	73.6	73.6	83.6
	Tinggi	18	16.4	16.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Tabel 2 menunjukkan bahwa kualitas informasi pada subjek penelitian ini terbilang sedang dengan jumlah subjek sebesar 81 orang atau 73,6%. Sedangkan 18 orang atau 16,4% memiliki pendapat terkait kualitas informasi tinggi dan kategori kualitas informasi rendah sebesar 11 orang atau 10%.

**Tabel 3.** Statistik Kategorisasi Variabel Kualitas Layanan

		<b>Kualitas_Layanan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	7	6.4	6.4	6.4
	Sedang	79	71.8	71.8	78.2
	Tinggi	24	21.8	21.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Tabel 3 menunjukkan bahwa kualitas layanan pada subjek penelitian ini terbilang sedang dengan jumlah subjek sebesar 79 orang atau 71,8%. Sedangkan 24 orang atau 21,8% memiliki pendapat terkait kualitas layanan tinggi dan kategori kualitas layanan rendah sebesar 7 orang atau 6,4%.

**Tabel 4.** Statistik Kategorisasi Variabel Kepuasan Nasabah

		<b>Kepuasan_Nasabah</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	10	9.1	9.1	9.1
	Sedang	75	68.2	68.2	77.3
	Tinggi	25	22.7	22.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Tabel 4 menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pada subjek penelitian ini terbilang sedang dengan jumlah subjek sebesar 75 orang atau 68,2%. Sedangkan 25 orang atau 22,7% memiliki pendapat terkait kepuasan nasabah tinggi dan kategori kepuasan nasabah rendah sebesar 10 orang atau 9,1%.

**Tabel 5. Uji Validitas**

No.	Variabel	Item Valid
1.	Kualitas informasi	12
2.	Kualitas layanan	15
3.	Kepuasan nasabah	9

Berdasarkan Tabel 5, kualitas informasi, kualitas layanan dan kepuasan nasabah melakukan uji validitas sebanyak 1 putaran dan tidak ada item yang gugur sehingga item valid yaitu sebanyak 12 item pada kualitas informasi, sebanyak 15 item pada kualitas layanan, dan sebanyak 9 item pada kepuasan nasabah.

**Tabel 6. Uji Reliabilitas Data**

No	Variabel	Cronbach's Alpha
1.	Kualitas informasi	0,896
2.	Kualitas layanan	0,935
3.	Kepuasan nasabah	0,916

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji reliabilitas data kualitas informasi menunjukkan bahwa koefisien reliabilitasnya 0,896. Hal ini menunjukkan koefisien reliabilitasnya ( $\alpha$ ) antara 0,90-0,70 sehingga data pengungkapan kualitas informasi dapat dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi. Hasil uji reliabilitas data kualitas layanan menunjukkan bahwa koefisien reliabilitasnya 0,935. Hal ini menunjukkan koefisien reliabilitasnya ( $\alpha$ ) > 0,90 sehingga data kualitas layanan dapat dikatakan mempunyai reliabilitas sempurna. Hasil uji reliabilitas kepuasan nasabah menunjukkan bahwa koefisien reliabilitasnya 0,916. Hal ini menunjukkan koefisien reliabilitasnya ( $\alpha$ ) > 0,90 sehingga data kepuasan nasabah dapat dikatakan mempunyai reliabilitas sempurna.

**Tabel 7. Uji Normalitas**

	<i>Tests of Normality</i>					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Kepuasan nasabah	.168	110	.200	.916	110	.000

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov karena subyek >50. Berdasarkan tabel hasil uji normalitas kepuasan nasabah dengan teknik *kolmogorof-smirnov* diketahui bahwa nilai sig adalah 0,200 > 0,05 sehingga data penelitian memiliki distribusi data normal.

**Tabel 8. Uji Linieritas**

No	Variabel	Linearity
1.	Kepuasan nasabah dg Kualitas informasi	0,000
2.	Kepuasan nasabah dg Kualitas layanan	0,000

Uji linieritas hubungan digunakan untuk mengetahui bentuk dan sifat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Kaidah yang digunakan dalam hasil uji linieritas adalah dengan melihat hasil signifikansi (sig) *linierity*, apabila nilai signifikansi (sig) *linierity* < 0,05 maka dikatakan hubungan tersebut linier, sebaliknya apabila nilai signifikansi (sig) *linierity* > 0,05 maka hubungan dikatakan tidak linier (Widhiarso, 2010). Hasil Uji linieritas pada variabel kualitas informasi dengan variabel kepuasan nasabah diperoleh nilai signifikansi (sig) *linierity* = 0,000 dan hasil Uji linieritas pada variabel kualitas layanan dengan variabel kepuasan nasabah diperoleh nilai signifikansi (sig) *linierity* = 0,000 hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas informasi dengan variabel kepuasan nasabah adalah linier.

**Tabel 9.** Uji Mulikolinieritas

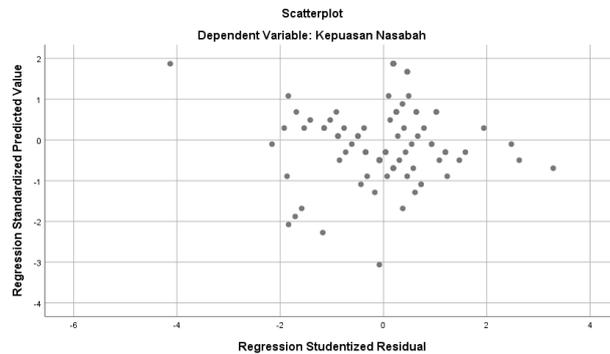
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Informasi	.302	3.310
	Kualitas Layanan	.302	3.310

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

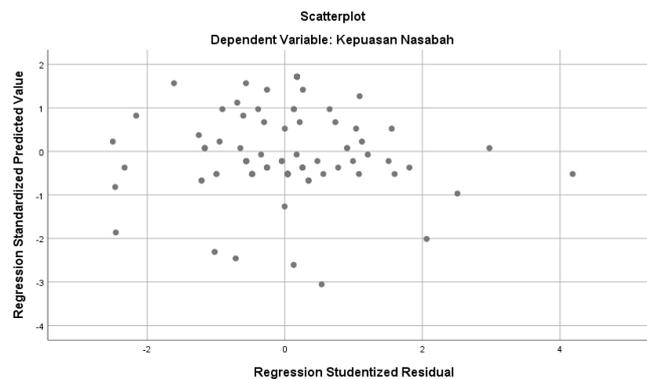
Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan metode nilai *tolerance and inflation factor* (VIF). Suatu model regresi bebas dari multikolinieritas adalah apabila memiliki VIF < 10 dan mempunyai angka Tolerance > 0,1 (Priyatno, 2012). Hasil uji multikolinieritas diperoleh nilai *inflation factor* (VIF) yaitu 3,310 < 10 artinya antara variabel kualitas informasi dengan kepuasan nasabah, dan kualitas layanan dengan kepuasan nasabah, gejala multikolinieritas tidak terdeteksi dan nilai *tolerance* diperoleh nilai 0,302 > 0,1 artinya gejala multikolinieritas tidak terdeteksi sehingga data penelitian telah memenuhi uji prasyarat untuk dilakukan uji hipotesis.

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Kaidah yang digunakan adalah jika titik-titik membentuk pola tertentu teratur seperti gelombang besar melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas, namun jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Priyatno, 2012).

**Gambar 1.** Uji Heteroskedastisitas Kualitas informasi terhadap Kepuasan nasabah



**Gambar 2.** Uji Heteroskedastisitas Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah



Hasil uji heteroskedastisitas pada variabel kualitas informasi (Gambar 1) dan kualitas layanan (Gambar 2) dengan kepuasan nasabah diperoleh grafik yang tidak membentuk pola dan datanya menyebar, hal ini berarti distribusi data dikatakan tidak ada gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 10.** Uji Autokorelasi

No	Variabel	Durbin Watson
1.	Kualitas informasi dg kepuasan nasabah	1.960
2.	Kualitas layanan dg kepuasan nasabah	1.940

Hasil uji autokorelasi pada variabel kualitas informasi dengan kepuasan nasabah diperoleh durbin watson 1.960 jika dilihat dari DW hitung dan DW tabel. Untuk DW tabel sebesar 1,780. Karena DW hitung = 1.960 lebih besar dari  $dU = 1,780$  maka  $1.960 > 1,780$  artinya terdapat autokorelasi positif pada variabel kualitas informasi dengan kepuasan nasabah. Hasil uji autokorelasi pada kualitas layanan dengan kepuasan nasabah diperoleh durbin watson 1.940 jika dilihat dari DW hitung dan DW tabel. Untuk DW tabel sebesar 1,780. Karena DW hitung = 1.940 lebih besar dari  $dU = 1,780$  maka  $1.940 > 1,780$  artinya terdapat autokorelasi positif pada pada kualitas layanan dengan kepuasan nasabah.

**Tabel 11.** Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	-.722	1.860		-.388
	Kualitas Informasi	.160	.065	.186	2.447
	Kualitas Layanan	.482	.049	.741	9.774
					Sig.
					.699
					.000
					.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas diperoleh model persamaan regresi linier berganda dan hasil analisisnya sebagai berikut:

$$Y = -0,722 + 0,160X_1 + 0,482X_2 + e$$

Hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut Nilai konstanta -0,722 menunjukkan bahwa apabila variabel bebas dalam kondisi tetap atau konstan, maka besarnya Y sebesar -=,722 satuan. Nilai  $\beta_1$  menunjukkan nilai 0,160 dan memiliki tanda koefisien regresi positif, hal tersebut menunjukkan adanya perubahan yang searah antara variabel ( $X_1$ ) dengan variabel Y yang artinya bahwa apabila terjadi penambahan pada variabel ( $X_1$ ) sebanyak 1 satuan, maka variabel (Y) akan mengalami penambahan sebesar 0,160 satuan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya dalam kondisi tetap atau konstan. Nilai  $\beta_2$  menunjukkan nilai 0,482 dan memiliki tanda koefisien regresi positif, hal tersebut menunjukkan adanya perubahan yang searah antara variabel ( $X_2$ ) dengan variabel Y yang artinya bahwa apabila terjadi penambahan pada variabel ( $X_2$ ) sebanyak 1 satuan, maka variabel (Y) akan mengalami penambahan sebesar 0,482 satuan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya dalam kondisi tetap atau konstan.

**Tabel 12.** Uji Hipotesis

No	Variabel	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Sig	$\alpha$	Keputusan
1.	Kualitas informasi dg kepuasan nasabah	2,447	1,65	0,000	0,05	Signifikan
2.	Kualitas layanan dg kepuasan nasabah	9,774	1,65	0,000	0,05	Signifikan

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji regresi parsial (uji t) dimana uji hipotesis dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji t pada kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,447 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,65, maka  $2,447 > 1,65$  sehingga hipotesis diterima artinya ada pengaruh antara kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah Bank X. Nilai koefisien sebesar 2,447 menunjukkan arah pengaruh ke arah positif. Nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  dan Hasil uji t pada

kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 9,774 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,65, maka  $9,774 > 1,65$  sehingga hipotesis diterima artinya ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank X. Nilai koefisien sebesar 9,774 menunjukkan arah pengaruh ke arah positif. Nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima artinya pengujian signifikan antara kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah Bank X. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah Bank X.

**Tabel 13.** Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902 <sup>a</sup>	.814	.811	1.899
Y * X1	.805	.648	.846	.716
Y * X2	.896	.804	.935	.874

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Informasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 13 diketahui dalam penelitian ini apabila dilakukan pengujian secara bersama-sama diperoleh R Square sebesar 0,814 atau 81,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan efektif pengaruh kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank X Gresik sebesar 81,4,8%. Dengan kata lain kualitas informasi dan kualitas layanan dapat dijelaskan atau ada pengaruh dengan variabel kepuasan nasabah sebesar 81,4%, sedangkan sisanya sebesar 18,6% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Apabila dilakukan pengujian secara parsial diperoleh R Square sebesar 0,648 atau 64,8%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan efektif pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah Bank X Gresik sebesar 64,8%. Dengan kata lain kualitas informasi dapat dijelaskan atau ada pengaruh dengan variabel kepuasan nasabah sebesar 64,8%, sedangkan sisanya sebesar 35,2% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Apabila dilakukan pengujian secara parsial diperoleh R Square sebesar 0,804 atau 80,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan efektif pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank X Gresik sebesar 80,4%. Dengan kata lain kualitas layanan dapat dijelaskan atau ada pengaruh dengan variabel kepuasan nasabah sebesar 80,4%, sedangkan sisanya sebesar 19,6% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

1. Kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank X Gresik  
 Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$



**PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA III**  
**Kualitas Sumberdaya Manusia**  
**“Refleksi Budaya Kemajapahitan: *SDM Unggul Menuju Indonesia Emas 2045 berbasis Sainstek Berwawasan Lingkungan dan Kewirausahaan*”**

sebesar  $2,447 > 1,65$  t tabel sebesar 1,65 dengan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$ , dengan nilai koefisien sebesar 2,447 yang menunjukkan ke arah positif. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Layongan et al. (2022), di mana kualitas informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu mampu meningkatkan kepercayaan nasabah serta memberikan pengalaman layanan yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sangat menghargai informasi yang jelas dan dapat diandalkan dalam proses pengambilan keputusan, terutama dalam konteks perbankan yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank X Gresik  
Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung sebesar  $9,774 > 1,65$  t tabel sebesar 1,65 dengan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$ , dengan nilai koefisien sebesar 9,774 yang menunjukkan ke arah positif. Hasil penelitian ini sepadan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sahanggamu (2015) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Firdaus (2014) bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank X di Kota Gresik. Peningkatan kualitas informasi yang diterima oleh nasabah, serta layanan yang lebih baik dan sesuai dengan harapan nasabah, akan berdampak positif pada tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, Bank X disarankan untuk terus memperbaiki kualitas informasi dan layanan yang diberikan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabahnya, yang pada akhirnya berdampak positif pada profitabilitas bank. Namun, penelitian ini memiliki beberapa kekurangan. Keterbatasan sampel yang hanya melibatkan nasabah Bank X di Kota Gresik membuat hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke seluruh nasabah bank di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen, yaitu kualitas informasi dan kualitas layanan, tanpa mempertimbangkan faktor lain yang mungkin juga memengaruhi kepuasan nasabah, seperti harga, kemudahan akses, atau faktor teknologi.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat teori bahwa kualitas informasi dan kualitas layanan adalah determinan utama kepuasan nasabah, sehingga menambah literatur mengenai pentingnya kedua faktor tersebut dalam konteks perbankan, khususnya di Indonesia. Dari sudut pandang praktis, hasil penelitian ini



**PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA III**  
**Kualitas Sumberdaya Manusia**  
**“Refleksi Budaya Kemajapahitan: SDM Unggul Menuju Indonesia Emas**  
**2045 berbasis Sainstek Berwawasan Lingkungan dan Kewirausahaan”**

memberikan wawasan bagi manajemen Bank X dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Manajemen perlu fokus pada peningkatan kualitas informasi dan layanan sebagai strategi utama untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah, yang diharapkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan mendukung pertumbuhan bisnis bank secara keseluruhan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan penelitian diperluas dengan melibatkan lebih banyak bank dan lokasi berbeda agar hasilnya lebih representatif. Selain itu, penambahan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah, seperti harga layanan, inovasi teknologi, dan kemudahan akses, dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah di sektor perbankan.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pimpinan Bank X di Kota Gresik atas izin yang diberikan serta kepada seluruh nasabah yang telah berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustina, N., & Fauzi, D. H. A. (2018). Pengaruh kepuasan pelanggan, biaya beralih, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 64(1).
- Aimsyah, Z. (2013). *Manajemen Sistem Informasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghantynireta, B. V. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2).
- Hidayat, & Firdaus. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 2.
- Kamila, I. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)*. Perputakaan UIN Syarif Hidayatullah.
- Layongan, C. A., Nangoi, G., & Kalalo, M. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Software SAP terhadap Kepuasan Pengguna pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Kotamobagu. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 5(5), 309-322.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data SPSS Versi 20* (1st ed.). Andi.
- Rizal, S., Violin, V., Wardiana, E., & Abdullah, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2).
- Sahanggamu. (2015). Analisis Kualitas Layanan, Servicescape dan Kepercayaan



**PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA III**  
**Kualitas Sumberdaya Manusia**  
**“Refleksi Budaya Kemajapahitan: SDM Unggul Menuju Indonesia Emas**  
**2045 berbasis Sainstek Berwawasan Lingkungan dan Kewirausahaan”**

---

- Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sinarmas Bitung. *Jurnal Emba*, 3(1).
- Soebandhi, S., Wahid, A., & Darmawanti, I. (2020). Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 13(1), 26–36.
- Soelistya, D., & Agustina, H. (2017). Analisis teknologi informasi mobile banking dan persepsi risiko transaksi terhadap kepuasan nasabah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Cabang Jemur Handayani Surabaya). *Accounting and Management Journal*, 1(2).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Trisusanti, Y., & Karneli, O. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). In *Doctoral dissertation*. Riau University.
- Widhiarso, W. (2010). *Uji Linieritas Hubungan*. Universitas Gajah Mada.
- Yakub. (2018). *Pengantar Sistem Informasi*. Graha Ilmu.
- Yola, M., & Budianto, D. (2013). Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk pada supermarket dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(12).
- Zaenal, M., & Laksana, M. W. (2018). *Manajemen Pelayanan Publik*. CV Pustaka Setia.