

SKRIPSI

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI TELLER TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS DI BANK BRI CABANG KABUPATEN DOMPU)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan dalam



memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram



OLEH :

NUR ALFIANITA
NIM: 218120197

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2022**

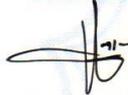
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI TELLER TERHADAP
KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS DI BANK BRI CABANG
KABUPATEN DOMPU)

Telah memenuhi syarat dan disetujui

Tanggal 09 Februari 2022

Menyetujui:

Pembimbing I



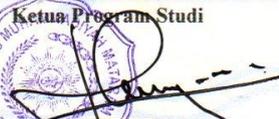
Drs. Amil, M.M.
NIDN.0831126204

Pembimbing II



Handovo Wirastomo., MM.
NIDN.0813048802

Mengetahui:
Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Ketua Program Studi



Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM
NIDN.0828108404

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI TELLER TERHADAP
KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS DI BANK BRI CABANG
KABUPATEN DOMPU)

Oleh:

NUR ALFIANITA
218120197

SKRIPSI

Telah di pertahankan di depan penguji

Pada Tanggal: 09 Februari 2022

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji

Drs. Amil, M.M.
NIDN. 0831126204

(PU) ()

Handoyo Wirastomo, MM.
NIDN. 0813048802

(PP) ()

Selva, M.Sc.
NIDN.0811118601

(PN) ()

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan


Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN:0806066801

SURAT PERNYATAAN LEMBAR KEASLIAN KARYA TULIS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini, adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, dan/atau Doktor). Baik di Universitas Muhammadiyah, Maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam nasakah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan dengan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sangsi akademik, serta sangsi lainnya sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi lainnya.

Mataram, 31 Januari 2022



NUR ALFIANITA
NIM: 218120197



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT
Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NUR ALFIANITA
NIM : 218120197
Tempat/Tgl Lahir : Dompur, 25 - 10 - 1999
Program Studi : Administrasi Bismis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
No. Hp : 085 338 219 327
Email : nuralfianita993@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Pengaruh Kemampuan Komunikasi Teller Terhadap Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus di Bank BRI Cabang Kabupaten Dompur)

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 50%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, ..II.. Maret ..2022
Penulis



NUR ALFIANITA
NIM. 218120197

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskander, S.Sos., M.A. P
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**
Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NUR ALFIANITA
 NIM : 218120197
 Tempat/Tgl Lahir : Dompu, 25-10-1999
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 No. Hp/Email : 085 338 214 327 / nuralfianita93@gmail.com
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Pengaruh Kemampuan Komunikasi Teller terhadap Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus di Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu)

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 11 Maret2022
 Penulis



NUR ALFIANITA
 NIM. 218120197

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

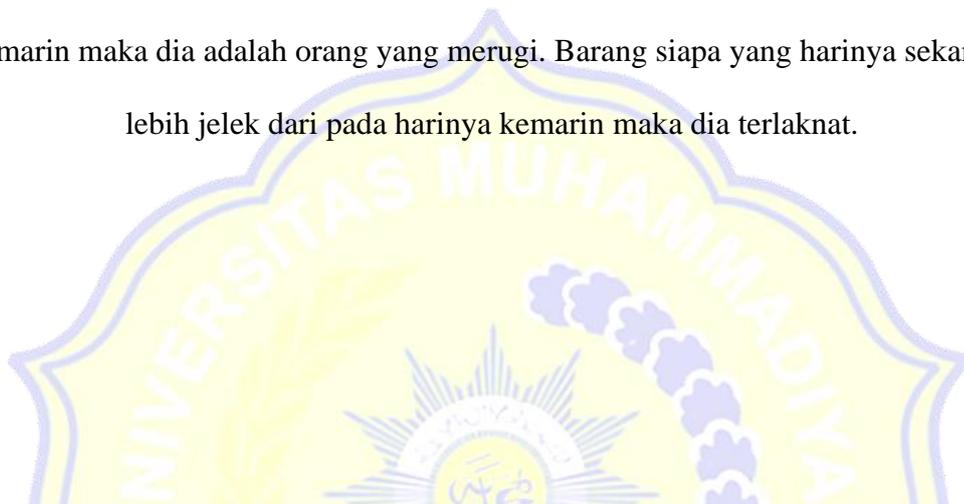


Iskandar, S.Sos., M.A.
 NIDN. 0802048904

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Barang siapa yang harinya sekarang lebih baik dari pada hari kemarin maka dia termasuk orang yang beruntung. Barang siapa yang harinya sama dengan kemarin maka dia adalah orang yang merugi. Barang siapa yang harinya sekarang lebih jelek dari pada harinya kemarin maka dia terlaknat.



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim sebagai awal setiap memulai pekerjaanku. Sembah sujud serta puji dan syukurku pada rahmat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kepada Ayahanda tercinta dan ibunda tercinta yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan dukungan moril maupun materil tanpa lelah sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai harapan.
2. Kepada saudaraku yang selalu memberikan semangat serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada keluarga tercinta, terima kasih telah memberikan do'a dan

semangat, semoga kita semua menjadi orang berguna.

4. Kepada teman-teman, terima kasih kalian selalu memberikan do'a, dukungan serta motivasi yang tiada hentinya. Terima kasih sudah menerima ku menjadi sahabat.
5. Kepada teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis
6. Kepada seluruh sahabat satu almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Mataram.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah member rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “pengaruh kemampuan komunikasi teller terhadap kepuasan nasabah (studi kasus di kantor bank BRI cabang kabupaten dompu)” skripsi ini dapat diselesaikan karena ada kerjasama, bantuan dan motivasi dan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd. Gani, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan politik Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Bapak Lalu Hendra Maniza.S.Sos.MM, Selaku ketua prodi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Amil, MM, Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Handoyo Wirastomo, SE. MM, Selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan penulis sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Orang Tua Tercinta, yang selaku memberikan doa, semangat, serta kasih sayang yang tiada hentinya agar penulis dapat menyelesaikan proposal ini
7. Para dosen yang tentunya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, teman-teman seperjuangan dan yang membagi pengalaman serta ilmu pengetahuan dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan proposal skripsi ini, dan tentunya kritikan dan saran yang bersifat membangun itu yang selalu penulis harapkan.

Mataram, 31 Januari 2022

NUR ALFIANITA
NIM. 218120197



**PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI TELLER TERHADAP
KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS DI BANK BRI CABANG
KABUPATEN DOMPU)**

**Nur Alfianita¹, Drs. Amil.MM², Handoyo Wirastomo, S.E.,MM³
Mahasiswa¹, Pembimbing Utama², Pembimbing Pendamping³
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram**

ABSTRAK

Komunikasi adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi antara orang lain atau mesin secara fisik dalam menyediakan kepuasan terhadap nasabah. Bentuk komunikasi terdiri dari 3 bentuk komunikasi pertama komunikasi dengan lisan yaitu cara penyampaian, yang kedua dengan cara tulisan dan yang ketiga dengan perbuatan tingkah laku. Penelitian ini akan di fokuskan pada bagian komunikasi teller dan customer service terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh

komunikasi teller dan customer service terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu.

Jenis penelitian ini menggunakan metode diskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data penulisan menggunakan observasi dan angket. Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan atau bisa disebut dengan *file research*. Populasi penelitian ini adalah 20.000 nasabah. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling incidental* dengan menggunakan rumus *slovin* dan didapat sampel 100 responden nasabah Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu dari jumlah responden tersebut diberikan angket untuk dijawab.

Pengaruh komunikasi teller dan pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah sama-sama berpengaruh signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,375 yang dapat diartikan bahwa variabel komunikasi teller dan pelayanan *Customer service* mempunyai pengaruh sebesar 37,5% terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan 62,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel yang diteliti oleh peneliti.

Kata kunci : Kemampuan Komunikasi, Teller dan Kepuasan



**THE EFFECT OF TELLER COMMUNICATION ABILITY ON
CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY IN BRI BANK DOMPU
BRANCH)**

Nur Alfianita¹, Drs. Amil.MM², Handoyo Wirastomo, S.E.,MM³
Student¹,First Advisor², Second Advisor³
Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences
Muhammadiyah University of Mataram

ABSTRACT

Communication is an activity or sequence of actions that interact with other people or physical machines to provide customer satisfaction. There are three types of communication: the first is verbal communication, which is the mode of delivery, the second is written communication, and the third is behaviour communication. The impact of teller communication and customer service on customer satisfaction at Bank BRI Dompus Regency Branch will be the subject of this study. This study aims to see how customer satisfaction is affected by teller communication and customer service at Bank BRI Dompus Regency Branch. Observation and questionnaires were used to construct data gathering procedures. A quantitative descriptive method is used in this type of study. This type of study is done in the field, also known as field research. The sample size for this study is 20,000 customers. The Slavin method was used to obtain a sample of 100 respondents from Bank BRI customers in the Dompus Regency branch of the number of respondents who were given a questionnaire to answer. Customer satisfaction is influenced by teller communication and customer service with a significant effect of $0.000 < 0.05$. The value of R square in this study is 0.375, indicating that the teller communication and customer service variables have a 37.5 % influence on the customer satisfaction variable. The remaining 62.5 %, on the other hand, is influenced by factors other than the variables evaluated by the researcher.

Keywords: Communication Ability, Teller and Satisfaction



xii

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT BEBAS PLAGIARISME	v
SURAT PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRAC.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1.Latar belakang	1
1.2.Rumusan masalah	4
1.3.Tujuan penelitian.....	5
1.4.Manfaat penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1.Penelitian terdahulu	7
2.2.Landasan Teori	17
2.3.Kerangka berpikir	44
2.4.Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1.Jenis dan pendekatan penelitian	47

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	47
3.3. Jenis dan Sumber Data	48
3.4. Teknik Pengumpulan Data	48
3.5. Teknik Analisis Data	52
3.6. Analisi Data	52
3.7. Teknik Pengolahan Data	54
3.8. Populasi dan Sampel	55
3.9. Uji instrumen	56
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
4.2. Hasil Analisi Data Penelitian	63
4.3. Pembahasan	87
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Yang Relevan	7
Tabel 3.1. kisi-kisi Pertanyaan Yang Digunakan Dalam Angket	42
Tabel 3.2. Alternative Yawaban	44
Tabel 3.3. Tingkat Kendala <i>Crombach Alpha</i>	49
Tabel 4.1. Keragaman Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.2. Keragaman Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden Komunikasi Teller	57
Tabel 4.4. Data Interval Komunikasi Teller	59
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden Pelayanan Cuatumer	59
Tabel 4.6. Data Interval Pelayanan Customer Service	61
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden Kepuasan Nasabah	61
Tabel 4.8. Data Interval Kepuasan Nasabah	62
Tabel 4.9. Keputusan Validitas Komunikasi Teller	63
Tabel 4.10. Uji Reabilitas Variabel Penelitian	64
Tabel 4.13. Tabel Koefisien Variabel X1 dan Variabel X2 Terhadap Variabel Y65	
Tabel 4.14 Tabel Anova Variabel X1 dan X2 terhadap Variabel Y	67
Tabel 4.15. Model Summary Variabel X1 dan X2 Terhadap Variabel Y	68
Tabel 4.16. Koefesien Variabel Komunikasi Teller	69
Tabel 4.17. Koefesien Variabel Pelayanan Customer Service	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Kerangka penelitian.....	38
--	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Bank sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. Keberadaan bank dirasa menjadi suatu lembaga finansial yang aman dalam melaksanakan bermacam-macam kegiatan finansial seperti kegiatan investasi, simpanan, pengiriman uang dan kegiatan lainnya. Lembaga tersebut ialah suatu lembaga finansial yang sangat berguna dalam memajukan pertumbuhan perekonomian sebuah negara.

Dalam industri perbankan, Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi fokus kinerja suatu perusahaan/lembaga keuangan agar dapat bertahan dari para pesaingnya. Orientasi kinerja bank ditujukan pada kepuasan nasabah.

Perbankan ialah suatu entitas bisnis yang memiliki peran di bidang jasa keuangan. Bank menyediakan layanan keuangan untuk semua sektor masyarakat. Selain memberikan jasa perbankan lainnya, fungsi bank adalah sebagai penengah antara kelompok yang mempunyai dana berlebih dan kelompok yang memerlukan dana (Kasmir, 2017:02). Bank bertindak sebagai perantara antara unit ekonomi yang kekurangan uang dan unit kekurangan uang lainnya. Melalui bank, keuntungan bisa diberikan pada mereka yang membutuhkan, membagikan manfaat bagi kepada kedua kelompok. Kualitas bank sebagai intermediasi tergantung pada kemampuan manajemen dalam menjalankan tugasnya (Sudarsono, 2016: 56).

Industri perbankan memiliki Manajemen Sumber Daya Manusia(SDM) yang merupakan fokus kelangsungan hidup seluruh lembaga keuangan. Sumber

daya manusia memegang peranan penting dalam aktivitas perusahaan merupakan sumber daya yang utama untuk memimpin kompetisi, sebab itu menjadi tumpuan bagi seluruh desain sistem,tehnologi, dan metode aplikasi (Wibisono, 2016: 131). Pada mula masuknya ekonomi, hampir semua organisasi masih memandang SDM sebagai alat. Sehingga sekarang tuntutan terhadap, sumber daya manusia bersifat kemanusiaan, sehingga pelaksanaan norma-norma kemanusiaan harus nyata bersifat kemanusiaan, dengan manajemen SDM yang berkualita. (Casmir, 2017:133).

Dalam perbankan, masalah pelayanan menjadi sangat penting karena layanan tersebut dianggap mempengaruhi kepentingan umum bank. Layanan menentukan kepuasan pelanggan, karena kualitas kepuasan pelanggan dan pengukuran ketidak puasan itu sendiri menjadi tolok ukur penting dari kepuasan pelanggan, dan ini nilai tambah yang harus diciptakan oleh Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu. Kepuasan pelanggan adalah harapan setiap bank, dan kepuasan pelanggan merupakan dukungan kuat bagi pembangunan berkelanjutan jangka panjang perusahaan. Kepuasan pelanggan ditentukan pada apa yang dirasakan dan dilihat pelanggan, maka pelanggan bisa meninggalkan respon baik dan buruk kepada Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu.

Kepuasan pelanggan menjadi sesuatu yang diperlukan sebab kepuasan pelanggan adalah suatu variabel atau tolok ukur kesuksesan dalam peningkatan dan penerapan sistem informasi organisasi (Umar 2015:16), seperti halnya Hoq dan Amin (2018) dan Mahuni (2016) yang memuaskan dan memelihara konsumen,layanan dan kualitas produk adalah prasyarat utama, dan zat kunci

dari kepuasan nasabah merupakan sifat hubungan antara penyedia produk, konsumen, dan layanan.

Citra kualitas pelayanan yang bagus tidak didasarkan pada pandangan atau persepsi penyedia jasa, tetapi pada pandangan atau persepsi pelanggan. Pelanggan yang memiliki layanan adalah pertimbangan menyeluruh terhadap kualitas layanan (Umar 2015: 16).

Kualitas layanan menjadi salah satu variabel penilaian untuk konsumen, dalam memastikan apakah konsumen puas atau tidak puas akan sistem pelayanan yang disediakan Bank BRI Cabang Dompu. Meningkatkan layanan nasabah sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen, sebab konsumen sangat tinggi dalam hal penghasilan bank, dan kemudian mempengaruhi keberadaan perbankan tersebut.

Suatu bank, mempunyai rencana tersendiri dalam hal customer service, dengan membagi pelayanan terbagus tentunya konsumen akan merasa senang terhadap layanan yang disediakan alhasil pelanggan akan setia menjadi nasabah bank. Salah satu bagian yang bertanggung jawab untuk melayani pelanggan adalah teller. Teller ialah suatu posisi yang berguna sebagai implementasi aktivitas transaksi keuangan tunai, dengan pelanggan atas loket uang (Harayah, 2018: 40).

Dengan asing teller berhubungan langsung bersama pelanggan. Layanan disediakan oleh unsur ini tentu akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Nyatanya, pegawai Bank BRI cabang Dompu sudah berusaha sesuai standar yang berlaku dengan prosedur kinerja atau system, pelayanan yang ditetapkan.

Namun pada pelayanan teller telah diberikan belum seutuhnya membuktikan adanya pengembangan kepuasan nasabah semestinya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang menjadi maksud utama Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis mengambil judul penelitian ini tentang **"pengaruh kemampuan komunikasi teller terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu"**.

1.2. Rumusan masalah

1. Bagaimana komunikasi teller yang dilakukan oleh Bank BRI Cabang Kabupaten dompu ?
2. Bagaimana gambaran kepuasan pelanggan menurut Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu ?
3. Apakah komunikasi teller berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI cabang Kab.dompu ?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun maksud melakukan penyusunan ini adalah :

1. Untuk mengetahui tentang komunikasi teller yang dilakukan oleh Bank BRI Cabang Kabupten Dompu.
2. Untuk mengetahui gambaran kepuasan nasabah di Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu.
3. Untuk mengetahui konsenkuensi, komunikasi teller tentang kepuasan nasabah di Bank BRI cabang Kab. Dompu.

1.4. Manfaat penelitian

1) Manfaat teoritis

Observasi ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmiah terkhusus akan ilmu pengetahuan, dalam komunikasi teller terhadap kepuasan nasabah, Hasilnya dapat bermanfaat ke depannya yang ingin berkembang ke depannya di Kabupaten Dompu dan dapat menjadi incaran referensi untuk keperluan ilmiah dan juga membentuk gerakan dahulu untuk observasi seperti di tempat lain.

2) Manfaat praktis

Hasil observasi diharapkan, dapat menambah pendapat kepada bidang terkait untuk tetap meningkatkan komunikasi teller untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi materi catatan untuk bidang terkait, untuk teller akan selalu memberikan komunikasi utama kepada pelanggan.

3) Manfaat akademis

persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana Studi Strata Satu (S1) Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
a)	Ariyanti sunarto tahun 2016	Pengaruh kualitas pelayanan frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BTN Syariah cabang bandung	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan <i>frontliner</i> secara keseluruhan sebesar 3,82 yang artinya kualitas pelayanan dapat dinilai baik. Loyalitas pelanggan sebagai kelengkapan 3.40 berarti loyalitas pelanggan dapat mengukur cukup tinggi, sedangkan efek kapasitas layanan frontliner tentang loyalitas pelanggan yang tinggi</p>	<p>Perbedaan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu ialah terletak pada judul dan penelitian lokasi.</p>

				<p>mengamati mulai hitung kuadrat R sejumlah 0,7888. t dihitung > t tabel = 18.994 > 1.985. padahal ukuran hitungan sig merupakan 0,00 karena 0,00 > 0,05 bahwa Ho ditolak. Artinya, kualitas layanan frontliner berdampak tinggi akan loyalitas pelanggan sejumlah 78,8%.</p>	
b)	Rizki Ramadhann tahun 2016	Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada bank	Kuantitatif	menunjukkan bahwa kelima variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap kepuasan	Perbedaan penelitian sekarang dan penelitian

		muamalat cabang BSD).		nasabah. Hal ini dapat ditunjukkan oleh analisis korelasi di mana hitung sig mulai masing-masing variabel kurang dari 0,05. Apabila berlandaskan standard suliyanto, kelima variabel independen tersebut menyimpan ikatan yang bulat di mana respon mempunyai korelasi 0,657. Segala hitung korelasi berada pada interval $0,50 < r < 0,69$.	terdahulu ialah terletak pada judul dan penelitian lokasi.
c)	Septiana Dwi Exmawati tahun 2017	Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk	Kuantitati f	Dari hasil analisis regresi nasabah Bank Muamalat tulungagung	Perbedaan penelitian sekarang

		<p>Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Tulungagung.</p>		<p>dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, selanjutnya variabel Keunggulan produk menyesuaikan kepuasan pelanggan Bank Muamalat Tulungagung dengan susun signifikansi 0,02. Sementara dari kesimpulan uji F ternyata faktor layanan adalah variabel yang bertambah berdampak akan kepuasan pelanggan Bank Muamalat Tulungagung membandingkan dengan kelebihan produk.</p>	<p>dan penelitia n terdahulu ialah terletak pada judul dan penelitian lokasi.</p>
--	--	--	--	--	---

d)	Handoyo wirastomo dan Lalu Hendra Maniza Pada tahun 2021	Upaya Meningkatkan jumlah nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan pada asuransi bumi putera Cabang Mataram	Kualitatif	Dalam Asuransi Bumi Putera Cabang pelayanan nasabah dibedakan menjadi dua yaitu dalam dua ruang lingkup perusahaan. Memberikan pelayanan yang baik secara otomatis akan meningkatkan citra dan dapat dipercaya oleh pelanggan atau pelanggan. Dalam rangka meningkatkan kualitas dan kesuksesan yang ingin dicapai oleh Asuransi Bumi Putera Mataram selain upaya meningkatkan pelayanan kepada nasabah	Perbedaan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu ialah terletak pada judul, jenis penelitian dan penelitian lokasi.
----	---	---	------------	---	--

				<p>juga membutuhkan cara Asuransi Bumi Putera Mataram dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.</p>	
e)	Fery Sujarwo, pada tahun 2018	<p>pengaruh pelayanan <i>Teller</i> Terhadap Kepuasan</p>	<p>metode kuesioner, metode observasi.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh</p>	<p>Perbedaan penelitian sekarang dan</p>

		Nasabah Bank Muamalat Salatiga.		<p>signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) sebagaimana dibuktikan oleh hitungan F yang diperoleh sebagai 1002.356 (sig.0.000) bila membandingkan pada hitungan tabel F pada tingkat kebebasan (df) pada angka 5 dan 85, tingkat signifikansi (∞) 0,05 dari 2,25 sehingga nilai F menghitung = 1002.356 antara bertambah kuat daripada tabel F = 2,25, dan signifikansi (0,000) lebih besar dari 0,05, Dapat dikatakan</p>	<p>penelitian terdahulu ialah terletak pada judul dan penelitian lokasi.</p>
--	--	---------------------------------	--	--	--

				<p>bahwa nyata, regenerasi, responsif, jaminan dan emphaty bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y). Penentuan 98,3% semenjak hitung kuadrat R yang disesuaikan yang terdapat dalam hasil SPSS, yang bermakna bahwa variable terkait (kepuasan pelanggan) dapat menguraikan dengan jenis dari lima variabel bebas, yakni berwujud, realibility, responsif,</p>	
--	--	--	--	---	--

				jaminan, dan emphaty sebesar 98,3%. Sedangkan sisanya 1,7% dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak masuk regresi.	
--	--	--	--	--	--

2.2 Landasan teori

2.2.1. Pengertian Komunikasi

Berdasarkan davis 2015:458 (mangkunegara 2017:145), diusulkan bahwa komunakasi, merupakan transfer informasi dan pemahaman dari satu orang. Komunikasi merupakan transfer informasi dan pemahaman dari satu orang ke yang lain. Flippo 2015:448 (dalam mangkunegara, 2017:145) mengutarakan bahwa komunikasi adalah tindakan mendorong orang lain untuk menafsirkan ide, dengan cara yang diselingi oleh pembicara atau penulis. Komunikasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan orang lain menafsirkan sebuah ide, lebih-lebih yang dimaksud bagi pembicara ataupun penulis. Sikula 2014 :94 (di mangkunegara 2017:145), mengungkapkan komunikasi merupakan sistem transmisi penjelasan, makna, dan pemahaman dari satu tempat. Ataupun hal untuk satu orang. Tempat, atau benda. Komunikasi merupakan proses komunikasi transfer informasi, pemahaman, dan pemahaman tentang diri sendiri, tempat, atau

sesuatu, tempat, atau orang lain. Dengan demikian komunikasi disimpulkan, bahwa komunikasi dapat diartikan sebagai proses transfer informasi, ide, pemahaman dari satu orang kepada orang lain dengan harapan orang lain dapat menafsirkannya sesuai dengan tujuan yang dimaksudkan.

2.2.2. Elemen komunikasi

Berdasarkan Ivancevich et al. (2016:117), unsur komunikasi terdiri dari :

a. Komunikator

Pada organisasi, komunikasi merupakan pegawai maupun manajer yang mempunyai ide, harapan, laporan, serta tujuan untuk menginformasikan/

b. Pengkodean

Coding dikerjakan untuk mengartikan ide komunikator ke dalam seperangkat karakter sistematis yang mengatakan informasi teratur yang mengutarakan laporan yang di komunikasikan. Fungsi pengkodean merupakan untuk mewujudkan gambaran di mana setiap konsep dan arti dinyatakan seumpama pesan.

c. Pesan (message)

Semua sesuatu yang menyampaikan komunikasi diungkapkan pada catatan verbal atau non-verbal. Direktur mempunyai argumen untuk berkomunikasi ibarat berharap orang lain untuk mempelajari ide-ide mereka, untuk mempelajari ide orang lain, agar ide mereka (atau diri mereka sendiri) bersetuju bagi orang lain, atau untuk mengambil perbuatan spesifik. Catatan merupakan segala sesuatu yang harus menyampaikan oleh seorang individu

kepada orang lain, dan bentuk informasi sangat bergantung pada media yang melaluinya informasi tersebut disampaikan dan tidak dapat dipisahkan.

d. Media Perantara (Medium)

Media perantara adalah media yang memberikan pesan. Organisasi dapat memberikan informasi terhadap semua anggota dalam berbagai cara, seperti komunikasi, tatap muka, telepon, pertemuan kelompok, memo, pernyataan kebijakan perusahaan, sistem penghargaan, jadwal produksi, dan perkiraan penjualan.

e. Pesan Parsering (Decoding-Receiver)

Parsing merupakan teknis untuk setiap proses pemikiran penerima pesan. Oleh sebab itu, parsing berhubungan dengan bagaimana menafsirkan informasi yang diimpikan. pesan berinteraksi (menggambarkan) yang disampaikan berdasarkan pengalaman sebelumnya untuk dapat benar-benar memahami pesan.

f. Umpan Balik (feedback)

Komunikasi satu arah merupakan proses yang tidak memungkinkan umpan balik untuk komunikator dari penerima pesan. Hal ini dapat meningkatkan kemungkinan distorsi antara pesan yang disampaikan, apakah pesan telah diterima dan telah menghasilkan respon yang diharapkan. Komunikasi dua arah memberikan umpan balik penting dari penerima pesan kepada komunikator.

g. Kebisingan (Kebisingan)

Dalam rangka memahami komunikasi manusia, kebisingan memerhatikan apabila variabel yang mendistorsi catatan yang telah disampaikan. Kebisingan muncul ketika setiap bagian komunikasi.

➤ Komunikasi Nonverbal

Berdasarkan Ivancevich et al. (2016:119), pesan dikirim akibat komunikasi tiada berkaitan karena pesan lisan atau dapat disebut lewat pesan nonverbal dan komunikasi nonverbal merupakan bidang yang relatif baru bagi para peneliti di bidang studi perilaku manusia. Fokus utama antara pengkaji ini adalah menurut isyarat fisik yang menjadi ciri ekspresi fisik dalam transfer informasi. Instruksi tersebut meliputi metode yang digunakan untuk menyampaikan informasi non-verbal, seperti pergerakan kepala, muka, mata, postur, selisih, gerakan, intonasi, dan pakaian seragam yang telah digunakan. Informasi nonverbal dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti jenis kelamin komunikator.

➤ Komunikasi dalam organisasi

Berdasarkan Ivancevich et al. (2016:121), metode organisasi harus meyakinkan komunikasi pada empat petunjuk yang berlainan: komunikasi dasar, komunikasi horizontal komunikasi maju, dan komunikasi diagonal.

• Komunikasi Ke Bawah

Komunikasi ini bersifat dasar, mulai pribadi yang beranjak tinggi dalam tingkatan individu-individu pada tingkat yang rendah. Gambaran

komunikasi ke bawah yang paling umum merupakan instruksi kerja, memo resmi, pernyataan organisasi, seringkali komunikasi, yang tidak memadai dan tidak akurat, seperti yang sering kita dengar dari anggota organisasi, yang mengatakan "kami tidak mengerti apa yang sebenarnya terjadi." Keluh kesah ini menunjukkan inefisiensi, dalam komunikasi kebutuhan individu terhadap laporan yang terkait melalui kewajiban mereka.

- Komunikasi keatas

Wadah yang efisien, mengharapkan komunikasi ke atas sebanyak komunikasi dasar. Komunikasi ke atas merupakan komunikasi yang menitik dari tingkatan tingkat yang beranjak kecil dalam wujud organisasi ke individu dalam individu. Sementara gambaran komunikasi ke atas adalah yang sekaligus universal, termasuk memberikan nasihat, kovensi anggota dan prosedur kerja demonstrasi. saat komunikasi ke atas tiada terjadi, manusia sering perjuangkan cara untuk mewujudkan saluran komunikasi ke atas yang informal. Hal ini dibuktikan dengan bertambahnya beberapa pengumuman pegawai "bawah tanah/ilegal" di beraneka perusahaan luas. Komunikasi hulu bertindak dalam melakukan sementara tugas konsekuensial. Peneliti komunikasi organisasi Gary Kreps mendefinisikan di antaranya:

- a) Komunikasi ke atas memberikan bertindak lebih lanjut kepada direktur tentang masalah organisasi baru, kegiatan yang dihadapi, dan laporan sehari-hari tentang operasi yang di haruskan untuk membuat ketentuan tentang bagaimana melaksanakan organisasi.

- b) Ini adalah asal mula untuk manajemen akan memperoleh bertindak lebih lanjut akan memutuskan betapa berhasil komunitas dasar dalam organisasi.
 - c) Kegiatan ini mengambil informasi kepada pegawai karena meneruskan anggota organisasi turut pangkat yang lebih rendah kesempatan akan berbagi laporan yang pantas dengan alasan.
 - d) Ini meminta keterlibatan pegawai, karena itu memajukan kekompakan organisasi.
- Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang bertemu di berbagai organisasi. Seringkali terlantar pada metode sebagian besar organisasi merupakan ketersediaan komunikasi horizontal. Ketika kepala sekolah akuntansi berkomunikasi dengan kepala departemen pemasaran tentang program studi yang ditawarkan oleh School of Business Administration, komunikasi yang terjadi adalah horizontal. Sementara gerakan komunikasi horizontal (bawah dan atas) adalah pertimbangan utama ketika menciptakan bentuk organisasi, organisasi yang berhasil membutuhkan keterlibatan serta komunikasi horizontal.

- Komunikasi diagonal

Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang bertemu lintas kawajiban dan ukuran pada suatu organisasi. Meskipun bentuk komunikasi paling sedikit digunakan dalam sebuah organisasi, komunikasi diagonal penting dalam situasi di mana para anggota tidak dapat berkomunikasi

secara efektif melalui saluran komunikasi reguler. Misalnya, seorang direktur di sebuah organisasi besar mungkin ingin melakukan analisis biaya distribusi. Bagian dari penugasan mungkin memerlukan permintaan laporan khusus dari tenaga penjualan, yang dikirim langsung ke penyelia daripada melalui saluran komunikasi biasa dari departemen pemasaran. Oleh karena itu, arus komunikasi menjadi diagonal daripada vertikal atau horizontal. Dalam hal ini, jalur komunikasi diagonal mungkin merupakan pilihan yang paling efisien dalam hal waktu dan tenaga.

2.2.3. Ciri-ciri komunikasi yang Efektif

Berdasarkan Wursanto (2014: 69) variabel yang mengarah pada komunikasi yang efisien. Variabel ini disebut komunikasi tujuh antara lain:

1) Kredibilitas (kepercayaan)

Pada komunikasi masa komunikator dan komunikan perlu saling percaya. Jika pembatalan faktor berkeyakinan, komunikasi tidak akan berhasil, maka akan menghalangi komunikasi.

2) Konteks (hubungan, hubungan)

Kesuksesan komunikasi terkait dengan kondisi atau keadaan lingkungan pada saat komunikasi. Contohnya, situasi atau waktu yang tidak karuan, bahwa komunikasi bakal melambat maka komunikasi akan gagal

3) Konten (kepuasan)

Komunikasi harus mampu menimbulkan rasa puas, antara kedua belah pihak. Kepuasan ini akan tercapai jika isi berita dapat dipahami oleh komunikan dan pihak komunikan ingin memberikan reaksi atau

tanggapan kepada komunikator..

4) Kejelasan

Kejelasan yang dimaksud di sini adalah kejelasan yang mencakup kejelasan berita isis, kejelasan tujuan yang ingin dicapai, kejelasan istilah yang digunakan dalam berlalunya lambing.

5) Kontinuitas dan costistency (kontinuitas dan konsistensi)

Komunikasi perlu dikerjakan secara berkepanjangan dan informasi yang dikirimkan tidak berdampak dengan informasi sebelumnya.

6) Kemampuan penonton (keahlian pihak untuk mendapatkan berita)

Pembawa berita perlu disesuaikan pada kapasitas keahlian dan pengetahuan penyambut berita. Jangan gunakan nama mungkin tidak dipahami oleh penerima berita.

7) Saluran distribusi (saluran pengiriman berita)

Agar komunikasi berhasil, sebaiknya digunakan saluran komunikasi yang biasa digunakan dan dikenal oleh masyarakat. Saluran komunikasi yang sering digunakan, bisa melalui media cetak (surat, buletin, majalah) atau melalui radio, televisi, dan telepon.

2.2.4. Pentingnya komunikasi organisasi

Berdasarkan Wusanto (2014: 29-31) komunikasi diperlukan dalam rangka memajukan kemahiran jabatan. fundamental komunikasi jabatan dapat dilihat sebagai berikut:

1) Ini menciptakan melalui solidaritas serta kesetiaan antara:

- Jajahan dengan atasan / pemimpin

- Jajahan
- Atasan dengan atasan
- Karyawan dengan kantor / agensi yang relevan Meningkatkan kegeraihan bekerja para pegawai.

2) Meningkatkan moral dan disiplin pegawai yang tinggi

- Dengan melakukan komunikasi semua pimpinan dapat mengetahui keadaan lapangan yang menjadi tugasnya, sehingga terjadi pengendalian operasional yang efisien.
- Dengan komunikasi semua pegawai dapat mengetahui kebijaksanaan, aturan, ketentuan, yang telah ditetapkan oleh pimpinan.
- Dengan komunikasi, segala informasi, informasi yang dibutuhkan karyawan dapat diperoleh dengan cepat.
- Meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap seluruh karyawan
- Mewujudkan saling pengertian antar karyawan dan saling menghormati dalam menjalankan tugasnya masing-masing.
- Meningkatkan kerjasama tim (team work) antar karyawan
- Semua ini pada akhirnya akan meningkatkan semangat korps atau esprit de corps di kalangan karyawan.
- Komunikasi adalah cara untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan suatu pekerjaan. Fungsi ini antara lain dapat dipenuhi melalui latihan-latihan berkala, buku pedoman, pembinaan setiap hari, petunjuk-petunjuk.

- Komunikasi adalah cara untuk menjelaskan persepsi/visi dan apa yang diharapkan dari sebuah tanggung jawab.
- Komunikasi adalah cara untuk mendorong orang berpikir kreatif.
- Komunikasi adalah cara untuk memuaskan rasa ingin tahu manusia. Rangsang tertarik pada perkembangan yang dapat mempengaruhi kehidupan mereka. Dengan hanya melalui jalur terbuka dan formal, tidak mungkin sebuah organisasi dapat memuaskan rasa ingin tahu para anggotanya.
- Komunikasi pekerjaan kantor, baik formal maupun informal, tidak hanya menjadi benteng pertahanan terhadap rumor internal, tetapi juga merupakan penghalang yang melindungi anggota organisasi dari gangguan yang mungkin timbul akibat berita terkait pekerjaan yang datang dari luar.
- Komunikasi penting bagi perusahaan karena merupakan salah satu alat utama bagi anggota organisasi untuk bekerja sama.
- Komunikasi penting untuk pengambilan keputusan. Jika tidak dapat dikomunikasikan kepada pejabat lain, keputusan seorang pemimpin tidak ada nilainya. Faktanya, tanpa proses komunikasi yang berkesinambungan, keputusan tidak dapat dibuat pada tingkat pertama.
- Komunikasi memberikan sebagian pemahaman tentang suatu tujuan. Aliran informasi dari pejabat bawahan, penting untuk memungkinkan pimpinan tertinggi mengetahui apakah komunikasi telah dilakukan.

2.2.5. Definisi teller

Teller adalah pegawai bank dan operasi sehari-harinya berhubungan langsung dengan pelanggan dan masyarakat umum. Bank perlu memilih bendahara karena cara kerjanya, sikapnya, sifatnya, dan cara mereka melayani nasabah dan masyarakat secara tidak langsung mencerminkan keadaan dan reputasi bank. Sifat, sikap, dan pelayanan akuntan harus dipantau secara berkala oleh manajemen, khususnya akuntan dan/atau kasir. Tugas umum bendahara adalah: (Bangga, 2018)

- 1) Teller yang baik harus datang tepat waktu sesuai dengan waktu masuknya, memastikan semua peralatan berfungsi dengan baik (penghitung uang, cek pen palsu, dll).
- 2) Jika ada pelanggan harus ramah, memberikan salam anggota (selamat pagi/siang/sore, mengucapkan terima kasih jika sudah selesai), senyum di awal dan akhir pertemuan.
- 3) Menjaga penampilan sesuai standar bank (meja kerja, pakaian, rapi, rambut rapi, memakai KTP, dll)
- 4) Jika nasabah ingin menyetor/menarik tunai, teller harus menghitung uang, mengkonfirmasi jumlah uang kepada nasabah, melakukan perhitungan di depan nasabah.
- 5) Melakukan pembayaran nontunai/tunai kepada nasabah yang bertransaksi nontunai/tunai di counter bank, serta melakukan update dan transaksi pada sistem komputer bank.

- 6) Setelah proses setor/tarik tunai selesai, teller wajib memberikan kwitansi kepada nasabah dan menandatangani sebagai tanda tangan endorsement.
- 7) Bertanggung jawab atas kesesuaian antara jumlah kas yang ada di sistem dengan kas yang diterima (Proudly, 2018).

Syata menjadi teller yang baik, yaitu:

1. Sabar dan sopan
2. Menyeluruh
3. Tampan
4. Komunikasi (proudly, 2018)

Berikut ini adalah penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab seorang teller pada suatu bank:

a. Tugas *Teller*

- Memproses/melaksanakan transaksi tunai dan non tunai termasuk waekat-waekat sesuai dengan batas kewenangannya.
- Memastikan kebenaran dan keaslian uang tunai/bank notes dan dokumen berharga.
- Memastikan kesesuaian jumlah fisik uang dan dokumen transaksi.
- Melaksanakan pembukuan dan validasi dengan benar.
- Menjaga keamanan, kebersihan dan ketertiban dalam penggunaan terminal komputer.
- Melakukan penukaran uang lusuh ke cabang koordinator/ pooling cash/ Bank Indonesia

- Menjaga keamanan dan kerahasiaan spesimen yang ditandatangani oleh pelanggan.
 - Menyediakan uang tunai di ATM yang berada di bawah pengelolaan Outlet.
 - Memastikan keaslian dan keabsahan spesimen tanda tangan nasabah pada slip bank dan formulir transaksi antar cabang.
 - Memastikan keamanan teller box dan kewenangan untuk mengunci box lock.
 - Memverifikasi dan menandatangani slip transaksi.
 - Melakukan pengambilan dan pengiriman uang ke cabang/pooling cash atau nasabah koordinator.
 - Menjaga kerapian dan kebersihan teller counter.
- b. Tanggung Jawab Teller
- Melayani nasabah yang ingin melakukan deposit, pengambilan uang, transfer dan lain-lain secara cermat dan cepat.
 - Menjaga kerahasiaan bank dan nasabah.
 - Menjaga kebersihan dan kerapian ruang kerja.
 - Menjaga keamanan alat identitas teller yaitu User-ID, password, cash box dan kunci laci.
 - Mematuhi peraturan perusahaan.

2.2.6. Wewenang *Teller*

Berkaitan dengan tugas dan fungsi seorang teller, seorang teller juga memiliki kewenangan. Wewenang ini merupakan wujud nyata dari tugas, lebih

khusus lagi terhadap pekerjaan yang diembannya, yaitu menyelesaikan setiap pekerjaan dan tugas sampai selesai dengan baik (tidak ada yang tergantung atau tertunda, tidak timbul masalah dan pekerjaan, kecuali memang terjadi diluar tanggung jawabnya). cakupan). Wewenang teller antara lain sebagai berikut:

Menerima setoran tunai dan non tunai dari pelanggan dan memprosesnya sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

- Pembayaran transaksi nasabah sesuai prosedur dan kebijakan perbankan.
- Menangani pertukaran mata uang kecil untuk klien
- Verifikasi nasabah dengan memeriksa dokumen dan/atau formulir terhadap kebijakan, sistem dan prosedur bank.

Mengenai kewajiban dan tanggung jawab bendahara, tidak diperkenankan melakukan hal-hal di luar lingkup kewajiban dan tanggung jawab, seperti menggunakan rekening tertentu untuk keperluan menyelenggarakan open mail seperti kelebihan atau kekurangan. Setor simpanan nasabah, cari biglietto, dll. Memeriksa rekening, dll. Dalam hal tersebut, Anda tidak akan diperbolehkan untuk menerima atau memproses transaksi deposit dari nasabah kecuali diatur oleh peraturan yang berlaku oleh bank Anda. (Zulkifli zaini).

2.2.7. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah konsep terkenal yang banyak digunakan di berbagai bidang penelitian pelanggan (dengan asumsi bahwa pelanggan dapat menilai kinerja layanan, dibandingkan dengan harapan sebelum membeli atau mengkonsumsi). Menurut Zeithaml dan Bitner dalam (Ariani, 2016), kepuasan diartikan sebagai: tanggapan atau tanggapan konsumen untuk memuaskan kebutuhan. Kepuasan adalah evaluasi terhadap ciri-ciri atau ciri-ciri suatu produk, jasa atau produk itu sendiri.

Menurut Philip Colter dan Kevin Lane Keller, yang dikutip dalam buku manajemen pemasaran, kepuasan adalah kegembiraan atau kekecewaan yang dialami seseorang setelah membandingkan produktivitas produk yang dijangka dengan perasaan produktivitas yang dijangka (Philip Colter dan Kevin Lane Keller). Pada tahun 2018). Jika hasilnya sesuai dengan harapan, klien akan puas. Pada saat yang sama, pelanggan sangat berpuas hati jika produktivitas melebihi harapan. Persaingan ringan dapat membentuk harapan pelanggan. Pelanggan yang puas tetap setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga, dan meninggalkan ulasan positif tentang perusahaan. Kepuasan dibagi menjadi dua jenis: kepuasan fungsional dan kepuasan psikologis. Kepuasan fungsional adalah kepuasan yang diperoleh dari fungsi produk yang digunakan, dan kepuasan psikologis adalah kepuasan yang diperoleh dari atribut produk yang tidak material. (Ini adalah Ariana pada tahun 2016).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat sentimen pelanggan/pelanggan setelah membandingkan apa yang Anda terima dengan harapan Anda. Pelanggan sangat mungkin menjadi pelanggan untuk waktu yang lama jika mereka puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau layanan (Husein, 2014). Pemahaman nasabah, di sisi lain, didasarkan pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa perbankan. Deposan, di sisi lain, adalah nasabah yang menyimpan dana dalam bentuk titipan berdasarkan kontrak perbankan sebagaimana diatur oleh undang-undang yang berlaku.

Kepuasan adalah tingkat perasaan pelanggan yang diperoleh konsumen setelah menyelesaikan atau menikmati sesuatu. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbedaan antara harapan (expectations) konsumen dengan lingkungan yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Konsumen adalah pemangku kepentingan penting dalam bisnis modern. Sebuah bisnis tidak dapat berfungsi tanpa konsumen menggunakan produk atau layanan yang disediakan oleh produsen. Dalam dunia bank atau lembaga keuangan bukan bank, konsumen merujuk kepada nasabah yang menggunakan jasa perbankan atau lembaga keuangan bukan bank. (Muhammad, 2017).

Melayani nasabah yang sebenarnya nasabah bank atau lembaga keuangan bukan bank merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan untuk kemajuan bank atau lembaga keuangan bukan bank. Dengan

persaingan bisnis yang semakin ketat, semakin banyak pelanggan yang menanggapi kebutuhan dan keinginan mereka, dan semua perusahaan jasa berfokus pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama mereka. (Muhammad, 2017).

Pada dasarnya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat dipenuhi oleh produk atau jasa yang mereka konsumsi dan gunakan. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kualitas produk. Sebuah produk dianggap berkualitas tinggi jika memenuhi kebutuhan pelanggan. Aspek kualitas suatu produk dapat diukur, dan ukuran kepuasan berkaitan erat dengan kualitas produk (barang dan jasa). (Negara, 2015).

Pengelolaan kegiatan bisnis yang berhasil membutuhkan mekanisme, sistem, dan aturan yang lebih transparan. Keterbukaan merupakan prasyarat untuk tercapainya hubungan yang baik dengan penggunaan jasa, sehingga jika produk dan jasa yang ditawarkan tidak sesuai dengan kondisi dan harga yang dipersepsikan, lembaga akan komplain dari konsumen dan pelanggan harus siap menerima. Hal ini sangat wajar karena konsumen atau pelanggan berhak atas suatu jasa atau jasa tergantung dari jumlah yang dibayarkan, yang mengikuti asas keadilan. (Darmadi, 2015-95). Kepuasan nasabah yang diberikan oleh suatu bank memiliki dampak yang sangat luas terhadap pertumbuhan keuntungan suatu bank. Pelanggan melakukan hal berikut:

- 1) Loyalitas kepada bank, artinya nasabah cenderung tidak berpindah ke bank lain dan akan tetap loyal kepada bank yang bersangkutan.
- 2) Pembelian produk secara berulang, artinya kepuasan atas pembelian layanan perbankan akan mengakibatkan pembelian ulang oleh nasabah untuk mengembalikan layanan yang diberikan.
- 3) Membeli produk lain dari bank yang sama, dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian hanya dari jenis yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi lebih beragam dengan satu bank.
- 4) Menawarkan promosi gratis dari mulut ke mulut. Inilah yang diinginkan bank karena berbicara dengan pelanggan lain tentang kualitas layanan akan menunjukkan kualitas layanan yang diberikan (Kashmir, Bank Management, 2019)

Dari berbagai pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa konsep kepuasan pelanggan merupakan reaksi terhadap perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan kinerja yang dirasakan atau hasil yang lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan akan kecewa, tidak puas atau bahkan tidak puas. Puas, tetapi sebaliknya jika memenuhi harapan, pelanggan akan kecewa. Akan puas dan pelanggan akan sangat senang jika kinerja melebihi harapan.

2.2.8. Sifat Pelanggan

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, latar belakang pelanggan dalam hal ini adalah beragam pelanggan potensial. Oleh karena itu, ketika melayani nasabah, teller bank harus dapat memahami sifat setiap nasabah.

- a) Pelanggan harus dianggap raja dan front liner harus dianggap raja yang perlu memenuhi semua keinginan dan kebutuhan pelanggan. Layanan yang diberikan harus serupa dengan layanan yang diberikan kepada raja. Namun dengan tidak merendahkan level perusahaan atau level frontliner itu sendiri, masih dalam batas etika dan moral.
- b) Saya ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Pelanggan dan calon pelanggan datang ke perusahaan, mengisi aplikasi dan keluhan berupa informasi, dan frontline bekerja mereka berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan mereka Pastikan keinginan Anda terpenuhi.
- c) Saya tidak mau dibicarakan, saya tidak mau tersinggung, pelanggan cenderung tidak dibicarakan atau dibicarakan. Upaya untuk setiap layanan dilakukan melalui diskusi longgar. Para eksekutif frontliner harus pandai mengekspresikan pandangan mereka agar pelanggan tidak terjebak.
- d) Semua pelanggan yang datang ke perusahaan dan pelanggan berpotensi pada dasarnya ingin menarik perhatian. Oleh karena itu, agen terleher ingin memberi perhatian agar pelanggan benar-benar diperhatikan.

Pelanggan adalah sumber pendapat. Tujuan utama setiap perusahaan adalah untuk mendapatkan pendapatan maksimum. Perhatikan bahwa pendapatan utama perusahaan berasal dari transaksi yang dilakukan oleh pelanggan. Oleh karena itu, membenarkan donasi berarti mengurangi pendapatan (Kasmir, Pengenalan Manajemen Keuangan, 2019)

2.2.9. Hal-hal yang diharapkan untuk kepuasan pelanggan

Hal-hal yang perlu dilakukan bank agar kepuasan nasabah terus meningkat adalah sebagai berikut:

- a. Memperhatikan kualitas pelayanan pegawai bank yang memberikan pelayanan yang ramah, sopan, cepat dan efisien kepada nasabah. Staf bank di sini dimulai dari staf terbawah hingga pimpinan tertinggi bank.
- b. Faktor pendekatan dan aksesibilitas dalam berinteraksi dengan staf bank. Nasabah diperlakukan seperti teman lama, sehingga akrab dan nyaman saat menghubungi pihak bank.
- c. Harga yang ditawarkan. Sekarang pahami harga sebuah bank, yaitu bunga deposito, bunga pinjaman, atau bagi hasil dan biaya manajemen yang ditawarkan dibandingkan dengan bank lain.
- d. Kenyamanan dan keamanan lokasi bank sebagai tempat berdagang, dalam hal ini nasabah dapat selalu merasa nyaman baik di luar maupun di dalam bank. Anda tidak perlu khawatir jika datang ke bank.

- e. Mudah mendapatkan produk perbankan. Ini berarti bahwa jenis produk yang ditawarkan adalah lengkap dan tidak memerlukan prosedur yang rumit atau persyaratan beban seperti dalam kasus permohonan kredit.
- f. Penyelesaian keluhan Ini berarti bahwa setiap keluhan klien harus dijawab dan diproses dengan cepat dan tepat.
- g. Kesempurnaan dan kenyamanan penggunaan produk, termasuk kesempurnaan dana dan produk yang ditawarkan, misalnya, ATM. tersedia di berbagai lokasi strategis penting (kasmir, 2019: 239).
- h. Perhimpunan Keuangan Pertemuan layanan adalah interaksi langsung antara pelanggan dan karyawan dan objek fisik penyedia layanan.
- i. Reka bentuk layanan Desain layanan adalah proses yang dilakukan oleh klien untuk mendapatkan layanan.
- j. Produktivitas pelayanan Produktivitas layanan adalah perbandingan antara kualitas dan jumlah barang atau jasa yang diproduksi dan kualitas sumber daya yang digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa tersebut.
- k. Budaya organisasi pelayanan. Kualitas layanan juga dipengaruhi oleh budaya organisasi dan cara pengorganisasiannya (Sujianto, 2014).

Strategi untuk meningkatkan kualitas layanan meliputi: (1) Mengidentifikasi faktor-faktor penentu utama kualitas layanan. (2) Mengelola harapan pelanggan. (3) Bukti kualitas pelayanan manajemen (evidence). (4) Memberikan edukasi pelayanan kepada konsumen. (5) Membangun budaya mutu. (6) Membangun otomatisasi kualitas. (7)

Layanan pelacakan. (8) Mengembangkan sistem informasi kualitas pelayanan (Sujianto, 2018).

2.2.10. Metode pengukuran kepuasan nasabah

Pengukuran metode kepuasan pelanggan yang digunakan oleh Kolter (Kolter, 2014: 41) meliputi:

- Sistem pengaduan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggan untuk menyampaikan pendapat bahkan keluhan adalah perusahaan yang memotivasi konsumen (orientasi pelanggan).

- Survei kepuasan pelanggan

Dari waktu ke waktu, sebuah perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan atau produknya. Survei ini dapat dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dari pekerja kantor kepada pelanggan. Melalui penelitian ini, perusahaan dapat menemukan kelemahan dan kekuatan produk dan layanan mereka dan memperbaiki kekurangan pelanggan mereka.

- Ghost shoppers

Dalam metode ini, beberapa perusahaan (ghost shopper) dipekerjakan untuk bertindak sebagai konsumen bagi pesaing, dengan tujuan para pembeli hantu mengambil sampul prestasi pesaing untuk digunakan sebagai koreksi atas kualitas layanan mereka sendiri.

- Analisis pelanggan yang hilang

Cara ini dilakukan oleh perusahaan dengan cara menghubungi pelanggan yang sudah lama tidak berkunjung atau yang pernah bertransaksi dengan perusahaan akibat pindah ke perusahaan pesaing.

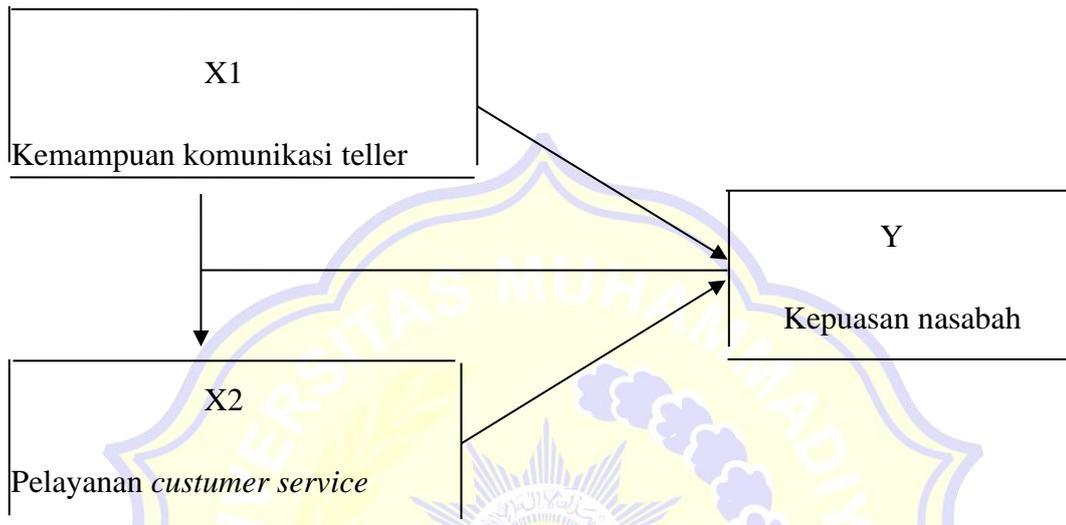
Selain itu, perusahaan dapat mempelajari tentang alasan peralihan pelanggan ke perusahaan pesaing. Menciptakan kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain keharmonisan perusahaan dan pelanggan, memberikan dasar yang baik untuk digunakan kembali dan menciptakan kepuasan pelanggan, dan menghasilkan rekomendasi dari mulut ke mulut yang bermanfaat bagi perusahaan, reputasi perusahaan baik di mata pelanggan. pelanggan dan keuntungan yang baik. Dari berbagai pengertian kepuasan pelanggan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap penampilan, kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan pelanggan dibandingkan dengan tuntutan, kebutuhan, dan harapan terhadap produk atau jasa tersebut. Pendapat di atas rata-rata mengacu pada pendapat Kolter dkk, termasuk keseluruhan sistem dan metrik seperti saran, penelitian, kepuasan pelanggan, pembeli bayangan, dan analisis pelanggan yang berkelanjutan. Dan penelitian ini melanjutkan teori itu. (Philip Kolter dan Kevin Lane Keller, 2015).

2.3. Kerangka Berpikir

Keterampilan komunikasi yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan dan pelanggan akan merasa senang setiap kali mereka bertransaksi atau berkomunikasi langsung di bank. Dari kemampuan komunikasi teller

dan layanan Customer, tentunya pelanggan dapat menilai layanan mana yang membuat pelanggan merasa puas dan memenuhi harapan.

Gambar kerangka berpikir



Informasi:

1. X1 adalah variabel independen atau variabel bebas yang menghubungkan variabel kemampuan komunikasi teller untuk mempengaruhi variabel kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu.
2. Variabel indentasi X2 atau variabel bebas yang menghubungkan variabel layanan customer dengan variabel kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu.
3. Y adalah variabel dependen atau variabel terikat (kepuasan pelanggan).

2.4. hipotesis

Hipotesis adalah jawaban atas dugaan ad hoc yang harus diverifikasi oleh penelitian ilmiah. Sudjana menganggap hipotesis sebagai asumsi atau dugaan tentang sesuatu yang biasanya perlu dijelaskan. Hipotesis adalah jawaban sementara yang dirumuskan oleh pertanyaan penelitian.

Gunakan hipotesis dalam penelitian karena hipotesis yang sebenarnya hanyalah jawaban awal dari hasil penelitian yang akan dilakukan. Dengan hipotesis ini, penelitian selama pengujian menjadi jelas, yaitu. H. Hipotesis ini menjadi pedoman bagi peneliti yang melakukan penelitian di lapangan, baik sebagai subjek uji maupun sebagai alat pengumpulan data. Berdasarkan topik dan tujuan diskusi, buatlah asumsi berikut:

1. Ho : Menunjukkan bahwa komunikasi teller dan pelayanan nasabah secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu.
Ha: Menunjukkan bahwa komunikasi teller dan pelayanan nasabah pada bank BRI cabang Kabupaten Dompu secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Ho: Menunjukkan bahwa komunikasi teller tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Cabang Kabupaten Dompu.
Ha : Menunjukkan bahwa komunikasi teller berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu.
3. Ho : Menunjukkan bahwa komunikasi teller tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Dompu Kabupaten.

Ha : Menunjukkan bahwa komunikasi teller berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

3.1.1. jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini disebut survei lapangan yang dilakukan langsung di lapangan. Dengan kata lain, dengan menyelidiki dan mengumpulkan data tentang objek yang diidentifikasi di lapangan, data yang diperoleh akan akurat. Menanggapi pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini, penulis mengadopsi studi terkait tertentu.

3.1.2. pendekatan penelitian

Metode survei yang digunakan dalam survei ini adalah metode deskripsi kuantitatif. Menyajikan permukaan yang menjadi subjek penelitian ini dan mencirikan atau menggambarkan kondisi, situasi, atau variabel tersebut, dengan menggunakan deskripsi yang menargetkan variabel tergantung pada deskripsi, generalisasi, kondisi, situasi, atau apa yang terjadi.

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah 1 bulan, yaitu dari bulan November sampai dengan Desember, setelah proposal workshop diterima dan disetujui oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram. Lokasi penelitian ini adalah di Bank BRI Kabupaten Dompu.

3.3. Jenis dan Sumber Data

“Sumber data adalah subjek dari mana data itu berasal” (Arikunto, 2010:172)

3.3.1 Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber primer, atau dengan kata lain data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti, seperti hasil wawancara dan hasil pengisian kuesioner (kuesioner)” (Sugeng Eko, 2012)22.

Data inti dalam penelitian ini bersumber langsung dari sumber, diisi pertanyaan, dan bersumber dari cabang Bank BRI.

3.3.2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua” (Sugeng Eko, 2012: 23).

Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari studi kepustakaan, dan digunakan untuk memperoleh teori-teori penelitian berdasarkan penelitian ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut :

3.4.1. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan untuk menemukan data yang dapat digunakan untuk suatu kesimpulan atau diagnosis. Observasi dapat dilakukan dengan atau tanpa ikut serta dalam kegiatan mengamati. Dengan teknik ini, peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan. Observasi

langsung penulis adalah kantor penukaran uang di One Belt One Road cabang Bank Bupati Dongpu.

3.4.2. Angket (*kuesioner*)

Kuesioner adalah teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Kuesioner berisi banyak pertanyaan yang harus dijawab atau harus dijawab oleh responden. Kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.1
Kisi-kisi pertanyaan yang digunakan dalam Angket

Variabel	Indikator	Defenisi	Jumlah Pertanyaan
Komunikasi teller & pelayanan custumer service	Compliance (kepatuhan)	kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hokum yang telah ditetapkan oleh Allah Swt.	3
	Responsiveness (daya tanggap)	Kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.	2
	Reliability (kendala)	Kesediaan untuk mendengarkan pelanggan dan memberikan komunikasi yang tepat	2
	Assurance (jaminan)	Kepuasan dengan pengetahuan atau wawasan penyedia layanan,	3

		kesopanan, kesopanan, kepercayaan diri, dan rasa hormat terhadap pelanggan.	
	Tengibel (bukti fisik)	Kemampuan karyawan untuk menjaga pelanggan mereka dan memberi mereka perhatian individu.	2
	Emphaty (empati)	Objek fisik seperti bangunan, kamar yang nyaman dan sarana dan prasarana lainnya	3
Kepuasan Nasabah	Kualitas produk	Pelanggan puas dengan produk ini dan menemukan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi.	3
	Harga	Seringkali harga rendah merupakan sumber kepuasan yang penting	2
	Pelayanan berkualitas	Pelanggan senang bila mendapat pelayanan yang baik.	3
	Factor emosional	Pelanggan yang bangga dan percaya diri	2
	Biaya	Kepuasan Lebih ketika Sederhana dan Efisien	2

3.4.3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data langsung dari lokasi penelitian, antara lain buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan-laporan, foto-foto, dokumenter, data-data yang berhubungan dengan penelitian.

3.5. Teknik Analisis Data

1. Konsep pengukuran

Instrumen dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan skor 1-5. Setiap responden diminta untuk mengungkapkan pendapat dan pandangannya terhadap pertanyaan yang diajukan. Model Likert memiliki lima kategori respons, dengan masing-masing kategori memiliki nilai spesifik di antaranya.

Tabel 3.3
Alternative jawaban

Alternative Jawaban	Skor
Sangat puas	5
Puas	4
Ragu	3
Tidak puas	2
Sangat tidak puas	1

3.6. Analisa data

Analisis regresi berganda memprediksi pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat dan menentukan apakah terdapat hubungan fungsional atau kausal antara dua atau lebih variabel bebas (X1) dan (X2), (X3) Alat analisis untuk membuktikan (Xn) memiliki variabel

terikat. Pada penelitian ini dilakukan uji regresi berganda dengan menggunakan program SPSS21.0.

1. Uji regresi berganda

Hipotesis :

Ho : menyatakan bahwa pada Bank BRI Cabang Kabupaten Dompu tidak terdapat hubungan antara komunikasi kasir dan customer service terkait dengan kepuasan nasabah.

Ha : Mengenai kepuasan nasabah pada Bank BRI Cabang Don Kabupaten, terdapat hubungan antara komunikasi kontak dengan pelayanan nasabah.

Uji Hipotesisnya :

Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 akan ditolak. Artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel komunikasi teller (X1) dan pelayanan pelanggan (X2) ditinjau dari kepuasan pelanggan (Y).

2. Uji F

Tujuan dari uji-F adalah untuk membandingkan lebih dari dua metode. Poin penting adalah uji generalisasi, yang berarti bahwa data sampel dianggap mewakili populasi. ANOVA disebut uji F (Fisher's exact test).

3. Uji T

Uji-T (uji parsial). Ini adalah tes terpisah tentang bagaimana setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini dapat dilakukan dengan membandingkan t-score dengan t-tabel atau

dengan memeriksa kolom signifikansi untuk setiap t-score. Tujuan dari uji-t adalah untuk membandingkan (membedakan) apakah dua variabel itu sama atau berbeda. Penting untuk menguji generalisasi temuan dengan membandingkan rata-rata dari dua sampel Kriteria: $H_0 < t \text{ tabel pada } = 5\%$
 $H_a \text{ ditolak saat menghitung } > t \text{ tabel } = 5\%$

3.7. Teknik pengolahan Data

Teknik pengolahan data, data yang terkumpul dalam penelitian ini diolah dalam beberapa tahapan seperti yang disampaikan

1. Mengedit, yaitu meninjau kembali kemungkinan kesalahan yang berkaitan dengan akses data, sehingga data yang diperoleh menjadi data yang efektif dan akurat, serta bertanggung jawab.
2. Kedua . Coadig, yaitu menyediakan kode tertentu untuk memudahkan pemrosesan data, dalam hal ini, kode yang disediakan adalah sebagai ukuran ukuran angka, kemudian disebut skor.
3. Tabulating, yang berarti mengumpulkan jawaban atau data dalam bentuk tabel, yang digunakan dalam bentuk data adalah tabel frekuensi distribusi atau tabel persimpangan.
4. Analisis, kegiatan melakukan analisis sebagai dasar untuk menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, kami menggunakan teknik analisis korelasi untuk menganalisis data. Ini berarti teknik analisis statistik untuk hubungan antara dua variabel

3.8. Populasi dan Sampel

3.8.1. Populasi

Populasi adalah subjek penelitian. Jika seseorang ingin melihat semua unsur yang ada di suatu daerah penelitian, maka penelitian itu adalah sensus. Oleh karena itu, dalam survei ini populasi nasabah Bank BRI Cabang Don Kabupaten berdasarkan salah satu pegawai bank tersebut kurang lebih 20.000 di BRI Cabang Kabupaten Don.

3.8.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi dan mengandung sejumlah besar anggota yang dipilih sebagai sampel dari populasi. Dalam laporan penelitian ini, yang menggunakan convenience sampling, Sugishiro menyatakan: Metode pengambilan sampel peluang tersedia. Sebagai sumber data. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan persamaan Slobin.

$$n = \frac{N}{N \cdot (d)^2 + 1}$$

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = Nilai persisi

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N \cdot (d)^2 + 1} = \frac{20.000}{20.000 (0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{20.000}{20.000 (0,1)^2 + 1} = \frac{20.000}{200 + 1} \end{aligned}$$

$$= \frac{20.000}{201}$$

= 99,50 (dibulatkan menjadi 100 responden)

3.9. Uji Instrumen

Uji instrumen dalam penelitian ini meliputi uji validitas teoritik, validitas konstruk, dan uji reabilitas.

3.9.1. Validitas Teoritik

Validitas teoritis adalah validitas berdasarkan peer review. Validitas teoritis meliputi validitas isi dan validitas sementara. Validitas isi adalah jenis pra-validitas khusus. Suatu ukuran dikatakan memiliki validitas isi jika semua definisi tersebut termuat dalam ukuran yang digunakan. Dari segi validitas jangka panjang, suatu konsep diukur dengan mempertimbangkan konsensus komunitas ilmiah atau penilaian subjektif para ahli tentang apakah indikator tersebut benar-benar sesuai dengan kerangka pengukuran.

3.9.2. Validitas konstruk

Validitas konstruk terkait dengan validitas data dalam penelitian kuantitatif mengacu pada validitas dan validitas/skala item perlengkapan. Diaktifkan berarti kemampuan yang didukung item konfigurasi perangkat. Ketika instrumen benar-benar mengukur objek yang akan diukur, instrumen tersebut dinyatakan valid (dibenarkan).

3.9.3. Reabilitas

Keandalan adalah sedemikian rupa sehingga tes secara konsisten mengukur nilai yang diukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat

kegagalan peralatan akuisisi data (peralatan) yang digunakan. Kami menggunakan uji statistik Crombach Alpha (α) untuk menguji tingkat reliabilitas suatu variabel. Jika ada banyak variabel dan nilai Crombach Alfa lebih besar dari 0,60. Keandalan lebih dapat diandalkan jika alpha mendekati 1. Reliabilitas masing-masing variabel diuji dengan menggunakan software SPSS. Nilai-nilai yang harus dicapai atau dapat diandalkan adalah:

Tabel 3.2
Tingkat kendala *Crombach Alpha*

Nilai <i>Crombach 'h Alpha</i>	Tingkat Kendalan
0,0 – 0,20	Kurang Andal
>0,20 – 0,40	Agak Andal
>0,40 – 0,60	Cukup Andal
>0,60 – 0,80	Andal
>0,80 – 1.00	Sangat Andal