

## Pengaruh Reputasi dan *Sms Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimtaras Samarinda

Nurul Rakhim<sup>1\*</sup>, Yulia Tri Kusumawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia

\*Kontak Email : [tugaskuliahnurul@gmail.com](mailto:tugaskuliahnurul@gmail.com)

Diterima : 19/09/20

Revisi : 16/10/20

Diterbitkan : 28/04/21

---

### Abstrak

**Tujuan Studi:** Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh dari Reputasi dan *Sms Banking* terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah pada Bank Kaltimtaras Samarinda

**Metodologi:** Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan asosiatif, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS ver.23

**Hasil:** Hasil analisis dalam penelitian ini membuktikan secara parsial bahwa reputasi dan *sms banking* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah, secara simultan Reputasi dan *Sms Banking* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimtaras Samarinda, maka kesimpulannya baik reputasi maupun *sms banking* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimtaras.

**Manfaat:** Penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh Reputasi yang dimiliki suatu bank untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya, seberapa besar pengaruh produk maupun jasa yang diberikan suatu bank untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya dan mengetahui usaha apa saja yang dapat dilakukan bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

### Abstrak

**Purpose of Study:** This research aims to determine the effect of Reputation and SMS Banking on the improvement of Customer Satisfaction at Bank Kaltimtaras Samarinda

**Methodology:** In this study using qualitative and associative research types, with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling technique, the data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS application ver.23

**Results:** The results of the analysis in this study partially prove that reputation and sms banking have an influence on customer satisfaction, simultaneously Reputation and Sms Banking together have an influence on the Customer Satisfaction of Kaltimtaras Bank Samarinda, so the conclusions both reputation and sms banking have positive influence and significant to Bank Kaltimtaras customer satisfaction.

**Application:** This research can be used to measure how much influence a bank's reputation has on increasing customer satisfaction, how much influence a product or service a bank provides to improve customer satisfaction and find out what businesses banks can do to improve customer satisfaction.

---

**Kata Kunci :** *Reputasi, Sms Banking, Kepuasan Nasabah.*

### 1. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia pada bank memiliki peranan yang cukup penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah, terlebih salah satu fokus perbankan adalah menjamin atas kepuasan nasabah yang dimiliki, oleh karena itu penting sebuah bank memiliki pegawai bank yang berkualitas, terlatih dan profesional dalam melayani nasabah, jika sebuah bank telah memiliki kriteria pegawai seperti ini maka kepuasan nasabah akan terjamin, sehingga tidak heran jika bank tersebut memiliki reputasi yang baik di mata nasabahnya. Bank dengan reputasi yang baik akan meningkatkan daya saing, artinya bank tersebut mampu memasang harga tinggi pada jasa layanan maupun produk yang diberikan, dan membuat pesaing kesulitan untuk mengalahkan persaingan bank tersebut (Jihad Kamilullah, 2018) tidak hanya reputasi, produk yang diberikan suatu bank juga tidak kalah penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah, dengan menghasilkan produk-produk yang lebih baik, lebih cepat dan lebih mudah, kemungkinan besar akan menarik minat nasabahnya untuk menggunakan produk tersebut, dengan pengaplikasian produk yang maksimal, nasabah akan merasakan manfaat yang maksimal pula dari produk tersebut. dengan demikian kepuasan nasabah juga akan meningkat untuk bank yang menyediakan produk tersebut.

Sesuai dengan peraturan Perbankan Indonesia No.9/15/PBI/2007 tahun 2007 yang mengataur tentang upaya menciptakan suatu produk dengan menggunakan jasa layanan *Electronic Banking* yang efektif, cepat, aman dan nyaman, maka Bank Kaltimara menerapkan peraturan tersebut untuk di jadikan sebagi strategi menarik minat nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah yang di miliki. Dengan cara menyediakan salah satu produk jasa layanan *electronic banking*, yakni *Sms Banking*. *Sms Banking* sendiri merupakan produk *mobile banking* yang menggunakan *mobile phone banking* sebagai *device-nya*, dan *short message system (SMS)* sebagai media transaksi nya.(wiji Nurastuti, 2011).

Bank Kaltimara sebagai badan usaha milik pemerintah provinsi Kalimantan Utara, dan pemerintah provinsi Kalimantan Timur, yang mulai beroperasi pada tanggal 14 oktober 1965 setelah di resmikan oleh Bapak A. Moeis Hasan sebagai Gubernur KDH Tk.1 Kalimantan Timur, memiliki misi membangun daerah dengan cara membantu mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah, untuk mewujudkan misi nya ini, bank Kaltimara menargetkan untuk meningkatkan dan menjamin kepuasan nasabah nya dengan maksud jika nasabah merasa nyaman dengan jasa layanan maupun produk yang di berikan bank Kaltimara maka, nasabah akan terus menggunakan bank Kaltimara, dengan begitu roda pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah akan terus berjalan. Saat ini Bank Kaltimara sering di gunakan untuk keperluan yang berhubungan dengan financial daerah, hal ini di sebabkan karena salah satu nasabah bank kaltimara merupakan pegawai negeri sipil (beberapa latar belakang nasabah bank Kaltimara antara lain, pegawai swasta, pedangan, dokter, mahasiswa dan lainnya). contohnya system peng-gajian pegawai di dinas pendidikan dan kebudayaan provinsi Kalimantan Timur (sebagai nasabah bank Kaltimara) yang menggunakan jasa layanan produk *sms banking* bank Kaltimara. Penilaian nasabah tentang kegunaan *sms banking* pada bank Kaltimara dapat di jadikan patoakan untuk mengukur apakah produk ini nantinya akan berkembang atau tidak, jangan sampai persepsi nasabah tentang buruk nya produk *sms banking* pada bank Kaltimara menjadikan produk yang sia sia, hal ini mungkin saja terjadi jika nasabah memiliki anggapan bahwa *sms banking* tidak memiliki fungsi yang maksimal atau jauh dari ekspektasi yang di harapkan. jika terjadi demikian di pastikan kepuasan nasabah akan turun drastis.

Untuk menghindari kemungkinan buruk yang mungkin saja terjadi maka di perlukan nya pengetahuan tentang factor factor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa layanan maupun produk dari bank Kaltimara, di barengi dengan memaksimalkan loyalitas dan profesionalitas pegawai dalam melayani nasabah, maka di harapkan hal ini menjadi nilai lebih dari nasabah untuk Bank Kaltimara, penilaian yang baik dari nasbah tentu saja akan meningkatkan reputasi bank Kaltimara. Reputasi yang baik serta produk *Sms Banking* yang memiliki fungsi maksimal dan menguntungkan nasabah dapat di jadikan tolak ukur untuk meningkatkan kepuasan nasabah bank Kaltimara. Dari penjabaran di atas menarik minat peneliti untuk mengajukan penelitian dengan judul “Pengaruh Reputasi dan *Sms Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara*”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang di atas perumusan masalah yang di hasilkan ialah tentang bagaimana Pengaruh Reputasi dan *Sms Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara Samarinda*, apakah terdapat pengaruh dari reputasi dan *sms banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimara Samarinda, dan seperti apa pengaruh nya serta seberapa besar reputasi dan *sms banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimara Samarinda.

## 1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan menjelaskan tentang bagaimana Pengaruh Reputasi dan *Sms Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kalimtara Samarinda* serta seberapa besar reputasi dan *sms banking* dapat mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Katimtara Samarinda.

## 1.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Nuraina dan Purweni Widhianningrum (2015) dengan judul : Pengaruh Kualitas Layanan SMS BANKING terhadap loyalitas Nasabah PT BANK RAKYAT INDONESIA KANTOR CABANG MADIUN” menghasilkan kemudahan bertransaksi dengan SMS Banking mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Madiun. serta penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Maman Suleman dan kawan kawan (2018) dengan judul “*Implementation of GCG In making Reputation and CRM, Toward Customer Loyalty*” penelitian ini menunjukkan Reputasi sangat mendukung untuk kesuksesan strategi, dan Variable Reputasi dan Variable CRM berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

## 1.5. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari tujuan penelitian yang di lakukan berdasarkan kerangka pemikiran yang telah di buat sebelumnya, kebenaran dari hepotesis itu sendiri perlu di buktikan dengan menggunakan data yang telah di kumpulkan sebelumnya. hipotesis yang dapat di tarik dalam penelitian ini antara lain, reputasi dan *sms banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimara Samarinda, kemudian secara simultan reputasi dan *sms banking* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimara Samarinda.

## 2. METODOLOGI

### 2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan 2 jenis penelitian, yakni kualitatif dan asosiatif, dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23, di gunakan nya jenis penelitian kualitatif ini di karenakan objek dari penelitian ini sendiri bersifat relative, atau tidak dapat di ukur menggunakan patokkan angka tertentu, Menurut (Sugiyono, 2016) Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variable atau lebih. alasan di gunakan nya jenis penelitian asosiatif karena dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dan hubungan antar 3 variabel (variable reputasi, variable *sms banking* dan kepuasan nasabah

### 2.2 Populasi dan Teknik Penentuan Sample

Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Kaltimara, sample dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Kaltimara yang bekerja di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur. Untuk tehnik penentuan sample dalam penelitian ini menggunakan tehnik *purposive sampling*, karna peneliti harus mempertimbangkan responden mana saja yang sesuai dengan kriteria penentuan sample yang di tetapkan peneliti. Kriteria sample yang di perlukan dalam penelitian ini antara lain, Karyawan yang menjadi nasabah Bank Kaltimara, Karyawan yang bekerja di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kalimantan Timur, Karyawan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi, Kalimantan Timur yang memiliki buku tabungan Bank Kaltimara, Karyawan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur yang memiliki ataupun *ATM Card Bank* Kaltimara. Karyawan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur yang menggunakan jasa layanan *SMS Banking*. Teknik pengumpulan data yang di lakukan dalam penelitian ini menggunakan tehnik penyebaran kuisioner, dengan peneliti menentukan skor (angka) dengan tehnik *Skala Linkert* sebagai tanggapan reponden dalam menjawab setiap pernyataan yang di berikan.

### 2.3 Definisi Oprasional dan Variable Penelitian

Tabel 1 : Oprasional dan Variabel Penelitian

No.	Variable	Indikator	Skala
1.	Kepuasan Nasabah	Keseuaian Harapan Minat Berkunjung Kembali Kesediaan Merekomendasi	Menggunakan <i>skala linkert</i> 1-5 untuk menunjukkan respon atau pendapat responden dari mulai sangat setuju sampai sangat tidak setuju.
2.	Reputasi	Daya Saing Perusahaan Kesanggupan Perusahaan dalam Mempertahankan Kinerja Karyawan yang Berkualitas Konsistensi Perusahaan Keberpihakan Publik Ketika Terjadi Masalah Kualitas Manajemen Perusahaan.	Menggunakan <i>skala linkert</i> 1-5 untuk menunjukkan respon atau pendapat responden dari mulai sangat setuju sampai sangat tidak setuju.
3.	<i>Sms Banking</i>	Manfaat yang di rasakan Kemudahan Penggunaan Risiko yang di rasakan Sikap terhadap prilaku Kepercayaan Niat prilaku	Menggunakan <i>skala linkert</i> 1-5 untuk menunjukkan respon atau pendapat responden dari mulai sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

sumber : variable dan indikator untuk kuisioner data yang di olah 2020.

### 2.4 Jenis dan Sumber Data

Menurut (Sugiyono 2014: 193) sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data tanpa prantara, guna menjamin keaslian data. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, karena peneliti bertujuan mendapatkan data yang relevan dan terpercaya sehingga dapat di pertanggungjawab kan

## 2.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis statistik, yaitu dengan analisis regresi linier berganda, dengan bantuan aplikasi SPSS, serta di lakukan nya pengujian instrument, asumsi klasik dan uji hipotesis. Agar mendapatkan hasil yang konkrit. Adapun model regresi linier berganda dalam penelitian ini menurut (Imam Gozali,2013). Rumus yang digunakan untuk mengetahui regresi linear berganda yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (1)$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

X<sub>1</sub> = SMS Banking

X<sub>2</sub> = Reputasi

α = Intership atau Koefisien

b<sub>1 2</sub> = Koefisien Regresi

e = Standar Error

### Uji Korelasi

Menurut Sugiyono (2013), Analisis korelasi ganda digunakan untuk mengetahui besarnya atau kekuatan hubungan antara seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan. Karena dalam penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel bebas yang akan diuji untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel terikat, maka di gunakan Analisis korelasi berganda. Menurut Sugiyono (2011:228) teknik analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel yang diteliti. Teknik analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment pearson* yaitu untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan timbal balik antara 2 variabel. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (*r*). Untuk mengetahui keberartian adanya korelasi maka hasil analisis diinterpretasikan dengan koefisien korelasi pada tabel berikut:

Table 2 Indikator Pengukuran

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
± 0.80 - ±1.000	Sangat Kuat
± 0.60 - ± 0.799	Kuat
± 0.40 - ± 0.599	Sedang
± 0.20 - ± 0.399	Rendah
± 0.00 - ± 0.199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2011:231)

### a) Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut (Ghazali 2013;97) koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menghitung variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> berarti kemampuan variable-variable independen dalam menjelaskan variasi variable dependen amat terbatas, sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variable-variable independen memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variasi variable dependen. Pada aplikasi SPSS, Koefisien determinasi dapat di lihat dari table *Model Summary* dan tertulis *R Square* atau *Adjusted R Square*. *R Square* bisa di gunakan apabila jumlah variable terdiri dari 2 variable saja, untuk regresi yang menggunakan 3 variable maka sebaliknya di gunakan *Adjusted R Square*.

### b) Uji t

Menurut (Sulaiman, 2014) Uji t di gunakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variable independen terhadap variable dependen dengan menggap variable ini bersifat konstan, uji ini di lakukan dengan membandingkan antara t hitung dengan t table. kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi 0,05 di tentukan sebagai berikut : apabila t hitung > t table, maka Ho di tolak dan Ha di terima. Apabila t hitung < t table, maka Ho di terima dan Ha di tolak.

### c) Gambaran Umum Perusahaan

PT. Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur dan Kalimantan Utara disingkat dengan PT. BPD Kaltim Kaltara atau sering disebut Bankaltimara adalah Badan Usaha Milik Daerah yang di milki oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan

Timur, Pemerintah Provinsi Kalimantan Utara, Pemerintah Kabupaten / Kota se Kalimantan Timur dan Pemerintah Kabupaten / Kota se Kalimantan Utara dengan bentuk badan hukum Perseroan Terbatas, mulai beroperasi pada tanggal 14 Oktober 1965. Pendirian Bank Kaltimara ini ditujukan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian, pembangunan daerah selain itu pendirian Bankaltimara juga berperan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah, untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Awal didirikan Bankaltimara memperoleh modal dari menjual saham nya kepada pemerintah maupun swasta, pada tahun 1965 modal yang di miliki sebesar Rp.100.000.000,- sebagaimana yang tercantum pada Peraturan Daerah No.3/PD/64.

## 2.7. Uji Validasi dan Reliabilitas

### a). Uji Validasi

Menurut Sugiyono (2012:348) Uji Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. pengukuran di katakana valid jika nilai signikasi lebih kecil dari 5% atau 0,05 dan  $r_{hitung} > r_{table}$ .

Tabel 2 : Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,883	0,196	VALID
	Y2	0,867	0,196	VALID
	Y3	0,743	0,196	VALID
	Y4	0,813	0,196	VALID
Reputasi (X1)	X1.1	0,785	0,196	VALID
	X1.2	0,75	0,196	VALID
	X1.3	0,787	0,196	VALID
	X1.4	0,808	0,196	VALID
Sms Banking (X2)	X2.1	0,853	0,196	VALID
	X2.2	0,779	0,196	VALID
	X2.3	0,788	0,196	VALID
	X2.4	0,718	0,196	VALID

Sumber: Data yang Diolah Menggunakan SPSS Versi 23

Dari table 3 dapat dilihat nilai signikasi pada kolom  $r_{hitung}$  setiap pernyataan di setiap variable, baik dari Reputasi (X1), Sms Banking (X2) dan Kepuasan Nasabah (Y), memiliki nilai yang lebih kecil dari 5% dan  $r_{hitung} > r_{table}$ . dengan demikian dapat di simpulkan semua pernyataan dalam variabel reputasi (X1), Sms Banking dan Kepuasan Nasabah (Y) adalah valid,  $r_{table}$  sendiri dapat di lihat  $r$  product moment pada sig. 0,05( 2- tailed) sebesar 0,196 (N-2).

### b). Uji Reliabilitas

Pengukuran uji reliabilitas dapat di kauan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* pada hasil output dari *Scale* kemudian *reliability Analys*, Menurut Sujarweni (2014) kuisisioner di katakana reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,60

Tabel 4.: Hasil Uji Validitas Reliabilitas

Varibel	<i>Cronbach's Alpha</i>	$r_{table}$	Keterangan
Reputasi (X1)	0,787	4	Reliabel
Sms Banking (X2)	0,792	4	Reliabel
Kepuasan Nasabah (X3)	0,84	4	Reliabel

Sumber: Data yang Diolah Menggunakan SPSS Versi 23

Berdasarkan data pada Table 4, nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variable meunjukkan nilai lebih dari 0,60 dengan jumlah pernyataan masing masing 4 pernyataan, dimana variable Reputasi (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,787 > 0,60 kemudian variable Sms Banking (X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,792 > 0,60, dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,84 > 0,60. Maka dapat disimpulkan variable di atas reliabel dan dapat di gunakan untuk penelitian.

Tabel 5 : Hasil Data dari Penyebaran Kuisisioner

No.	Keterangan	Jumlah kuisisioner	%
-----	------------	--------------------	---

1.	Kuisisioner di sebar	197	100%
2.	Kuisisioner kembali	176	89%
3.	Responden pemilik buku tabungan Bank Kaltimara	143	72%
4.	Responden memiliki ATM Card Bank Kaltimara	131	66%
5.	Responden pengguna <i>sms banking</i>	100	51%
6.	Kuisisioner sesuai kreteria	100	51%

Sumber: Data Kuisisioner yang Diolah

Sample dalam penelitian ini merupakan nasabah bank kaltimara yang bekerja di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur, yang berjumlah 197 pegawai, namun dalam pengolahan data hanya terdapat 100 responden yang pengisian kuisisioner nya sesuai dengan kriteria penentuan sampel yang telah di tentukan sebelumnya dalam penelitian ini.

Tabel 6 : Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1.	,635 <sup>a</sup>	,403	,391	1,95788	1,764

- a. Predictors: (Constant), Sms Banking, Reputasi  
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data yang Diolah Menggunakan SPSS Versi

Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini menunjukkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,764 , Nilai DU pada tabel *Durbin Watson* adalah sebesar 1,715. Maka  $du < dw < 4-du = 1,715 < 1,764 < 2.285$  sehingga dapat di simpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam penelitian ini.

Tabel 6 : Hasil Uji Parsial (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.
	B	Std. Error	B		
Constan	4,187	1,389		3,015	0,003
Reputasi	0,329	0,076	0,368	4,312	0,000
Sms Banking	0,406	0,088	0,393	4,600	0,000

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS Versi 23

Nilai t pada variable reputasi sebesar 4,312 dengan nilai signifikasi  $t = 0,000$  lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , untuk nilai t pada variable Sms Banking sebesar 4,600 dengan nilai sigifikasi masing masing = 0,000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Maka H1 di terima, yang artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan variable Reputasi (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dan H2 di terima atau sama dengan Sms Banking (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Tabel 7 : Hasil Uji Simultan (uji f)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	251,409	2	125,704	32,793	0,000 <sup>b</sup>
Residual	371,831	97	3,833		
Total	623,240	99			

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS Versi 23

Acuan yang di gunakan sebagai dasar pengambilan keputusan uji F yang di hitung menggunakan SPSS versi 23, yaitu melihat jika nilai signifikasi (Sig)  $< 0,05$  maka hipotesis di terima dan jika nilai F hitung  $> F$  tabel (3,09). Dari hasil uji uji F dalam penelitian ini pada table Anova di atas nilai signifikasi F yaitu  $0,000 < \alpha (0,05)$  , maka hipotesis(H3 di

terima) di terima, nilai  $f$  hitung  $>$   $f$  table yaitu  $32,793 > 3,09$  dan terdapat pengaruh secara simultan anatar reputasi (X1) dan Sms Banking (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y),

Tabel 8 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constant	4,187	1,389
Reputasi	0,329	0,076
Sms Banking	0,406	0,088

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS Versi 23

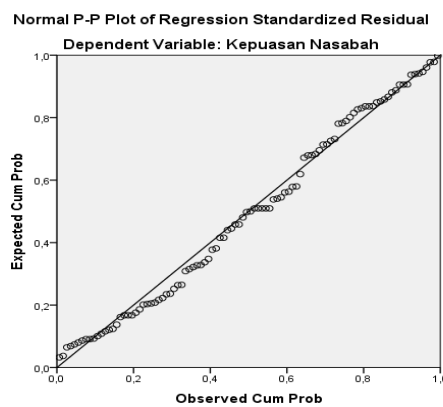
Uji regesi linier pada penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :  $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$ , menunjukkan hasil sebagai berikut  $Y = 4,187 + 0,329 X_1 + 0,406 X_2$ , dengan dasar keputusan jika Reputasi dan Sms Banking = 0, di anggap konstan. Maka nilai kepuasan nasabah 4.187. Nilai koefisien regresi variable Reputasi ( $x_1$ ) = 0,329, jika reputasi di naikkan ke 1 satuan, maka kepuasan nasabah mengalami 0,329 satuan, artinya nilai koefisien dari reputasi bernilai positif begitu pun pada Nilai Koefisin regresi sms Banking ( $x_2$ ) = 0,406, jika sms banking di naiikkan ke 1 satuan, maka kepuasan nasabah juga mengalami kenaikan sebesar 0,406 satuan, maka kesimpulannya nilai koefisen sms banking bernilai positif yang arinya terdapat pengaruh positif antara sms banking terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 9 : Hasil uji Normalitas

	Reputasi	Sms Banking	Kepuasan Nasabah
Reputasi	Pearson Correlation	1	0,394**
	sig		0,000
	N	100	100
Sms Banking	Pearson Correlation	0,394**	1
	sig	0,000	0,000
	N	100	100
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	0,523**	0,538**
	sig	0,000	0,000
	N	100	100

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS Versi 23

Dalam penelitian ini untuk 3 varaibel memiliki nilai signifikasi lebih kecil dari nilai  $\alpha$  (0,05) yakni masing masing dari variable dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka semua variable dalam penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 1 : Hasil Uji P-plot Normalitas  
Sumber: Pengolahan data dengan SPSS Versi 23

Pada Gambar 1. p-plot, titik mengikuti arah garis diagonal, artinya ketiga variabel dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas sehingga dapat di olah dalam pengujian selanjutnya.

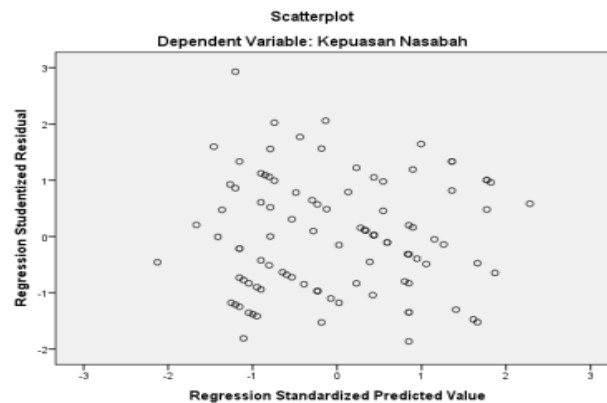
Tabel 10 : Hasil Uji Multikolinieritas

Varibel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Reputasi	0,845	1,184	Tidak terjadi Multikolinieritas
Sms Banking	0,845	1,184	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS Versi 23

Acuan dalam pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas adalah jika nilai *tolerance* >0,10 dan nilai *VIF* < 10,00 = tidak terjadi multikolinieritas atau model regresi tersebut baik. dari table 6 menunjukkan variable Reputasi dan Sms Banking memiliki nilai *tolerance* > 0,10, dan Nilai *VIF* < 10,00. Maka sama dengan antar variable dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinieritas.

`Gambar.2. Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber: Pengolahan data dengan SPSS Versi 23

Pada Gambar 2 di atas, titik-titik pada gambar tersebar bebas, tidak membentuk pola tertentu, artinya model regresi dalam penelitian ini dapat di gunakan untuk memprediksi pengaruh reputasi dan sms banking terhadap kepuasan nasabah. Acuan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedasitas adalah nilai signifikan > 0,05. Dalam penelitian ini nilai signifikan pada variabel reputasi 0,207 > 0,05 dan pada variabel sms banking 0,938 maka sama dengan model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedasitas.

### 3. HASIL DAN DISKUSI

Pengaruh Reputasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimtar. Reputasi yang melekat pada suatu bank dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk akhirnya menggunakan bank tersebut, tentu saja hal ini akan berdampak pada kepuasan nasabah, karena dengan reputasi baik yang di miliki suatu bank maka bank tersebut mampu untuk memenuhi keinginan yang di harapkan,

Pengaruh SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimtar. Jasa layanan SMS Banking yang di berikan oleh suatu bank mempermudah kegiatan transaksi yang akan di lakukan nasabah yang tentu saja menguntungkan nasabah, artinya Sms Banking (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Untuk nilai t pada variable Sms Banking sebesar 4,600 dengan nilai sigifikasi = 0,000 yang artinya lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka H2 di terima.

Pengaruh SMS Banking dan Reputasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimtar. Jasa layanan SMS banking yang maksimal dapat meningkatkan reputasi yang semakin baik oleh suatu bank, sehingga dua hal ini dapat di jadikan jaminan untuk kepuasan nasabah, pernyataan tersebut dapat di buktikan dengan kelayak model (Uji F) yang telah di saikan sebelumnya, maka kesimpulan dari pernyataan ini adalah terdapat pengaruh secara simultan antar reputasi (X1) dan Sms Banking (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y),



#### 4. KESIMPULAN

Semua Hipotesa dalam penelitian ini di terima, Baik H1, H2 dan H3, artinya penelitian ini berhasil membuktikan bahwa variable reputasi dan sms banking memnag memilki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. H1 di terima, yang artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan variable Reputasi (X1) terhadap Kepuasan nasabah, karena semakin baik reputasi yang melekat pada bank Kaltimara maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah bank Kaltimara. H2 di terima, yang artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan dari *sms banking* terhadap kepuasan nasabah. dalam artian sederhana, semakin baik jasa layanan Sms Banking yang di berikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah bank Kaltimara H3 di terima, yang artinya terdapat pengaruh secara simultan anatar Reputasi (X1) dan *Sms Banking* (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), jika kedua variable tersebut di satukan untuk meningkat kepuasan nasabah yang lebih maksimal, tentunya jika starategi ini di lakukan dengan baik dan benar maka bukan hanya nasabah saja yang merasa diuntungkan, tetapi bank kaltimara juga aga mengalami peningkatan kepercayaan dari nasabah.

#### REFERENSI

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.
- Ghozali, I. (Semarang). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Kamilullah, J. Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018) . *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen online shop Pada Toko XYZ*. Malang : Universitas Brawijaya.
- Kasmir, (2013) *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarata : Raja Grafindo Persadar.
- Wiji Nurastuti. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Maman Sulaeman, Hasan Fahmi Kusnandar, Dedeh Sundarsih , Yumi Sri Andianti, Ismayudin Yulizar, Erna Rusmiwati, Endang Syarief and Yogi Sugiarto Maulana (2018) *Implementation of GCG In making Reputation and CRM, Toward Customer Loyalty*
- Surat Edaran Bank Indonesia No.6/18/DPNP tahun 2004