

PENGARUH KUALITAS JASA LAYANAN DAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN APLIKASI TASPEN OTENTIKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Effect Of Service Quality And Effectiveness Of Use Of Taspem Authentication Application On Customer Satisfaction

Soraya Lestari¹, Devia Rani²

^{1,2}Program Studi S-1 Manajemen Universitas Ubudiyah Indonesia

E-mail : soraya.lestari@uui.ac.id¹, deviarani84@gmail.com²

Abstract

Customer satisfaction is the main output of the company's operational activities. The company works hard to upgrade service quality and innovations in its services to improve quality and quality which in the end has a positive impact on customers. So, it can be said that customers are the main target of a company. To improve the quality of service quality, Taspem innovates by incorporating technological elements into its services, this can be seen with the Taspem Authentication application which has recently been implemented. But unfortunately, there are still many people who are constrained by using technology, so that many Taspem customers still have difficulties and cannot use the application, so it needs to be seen again whether this application is effective or not used. And whether the inability to use this affects the quality of service and customer satisfaction. So that the purpose of this study is to see whether the service quality and effectiveness of the Taspem application affect customer satisfaction at PT. Taspem Persero Branch Banda Aceh. Due to the limitations of the Covid 19 Pandemic, this research was conducted using a questionnaire with a sample of 35 customers. This study uses a classic assumption test. Statistical data processing uses SPSS Version 22.0, with the results of service quality affecting customer satisfaction, the effectiveness of using the Authentication Application has an effect on customer satisfaction and simultaneously the quality of service services and the effectiveness of using the Taspem Authentication application have an effect on customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Effectiveness of using Taspem Authentication Application, Customer Satisfaction.*

Abstrak

Kepuasan nasabah merupakan output utama dari aktivitas operasional perusahaan. Perusahaan bekerja dengan keras mengupgrade kualitas layanan dan inovasi dalam pelayanannya untuk meningkatkan mutu serta kualitas yang pada akhirnya

berdampak positif terhadap nasabah. Sehingga, bisa dikatakan nasabah merupakan target utama sebuah perusahaan. Dalam upaya meningkatkan mutu kualitas jasa layanan, Taspen berinovasi dengan memasukkan unsur teknologi dalam pelayanannya, hal ini dapat dilihat dengan adanya aplikasi Taspen Otentikasi yang baru-baru ini diterapkan penggunaannya. Namun sayangnya, masih banyak masyarakat yang terkendala menggunakan teknologi, sehingga nasabah Taspen masih banyak yang kesulitan dan tidak dapat menggunakan aplikasi tersebut, sehingga perlu dilihat kembali apakah aplikasi ini efektif atau tidak digunakan. Serta apakah ketidak mampuan penggunaan tersebut berpengaruh terhadap kualitas jasa layanan serta kepuasan nasabah. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk melihat apakah Kualitas jasa layanan dan efektivitas aplikasi taspen berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Taspen Persero Cabang Banda Aceh. Karena keterbatasan Pandemi Covid 19, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan sampel 35 nasabah. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik. Pengolahan data secara statistik menggunakan SPSS Versi 22.0, dengan hasil kualitas jasa layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, efektivitas penggunaan Aplikasi Otentikasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah serta secara simultan kualitas jasa layanan dan efektivitas penggunaan aplikasi Taspen Otentikasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Jasa Layanan, Efektivitas penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi, Kepuasan Nasabah.

LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi saat ini, persaingan antar perusahaan semakin gencar dan teknologi yang maju menimbulkan tantangan perusahaan untuk melakukan perubahan pada berbagai aspek dalam pengelolaan perusahaan menghadapi perubahan dan persaingan baik pada tingkat nasional maupun Internasional, maka para karyawan harus beradaptasi atas perubahan dalam teknologi, seperti munculnya teknologi baru atau metode kerja baru di perusahaan. Mutmainnah (2017) menyatakan bahwa sangat penting dalam mempertahankan citra perusahaan yang kuat agar dapat menarik dan mempertahankan nasabah dan juga membuat memiliki loyalitas terhadap perusahaan. Sebuah perusahaan akan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Pelanggan atau nasabah yang sangat puas umumnya lebih lama setia, dan akan secara terus menerus menggunakan jasa atau produk dari perusahaan tersebut (Kotler dan Kevin, 2018).

Teknologi Saat ini sudah mempengaruhi masyarakat dan lingkungan dalam berbagai kalangan masyarakat, teknologi telah membantu mengembangkan ekonomi yang lebih maju, serta membantu pegawai dalam hal mempercepat pekerjaannya. Suatu perusahaan pasti mengutamakan kualitas jasa pelayanan, karena pelayanan sangatlah berpengaruh bagi suatu perusahaan, dengan adanya kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja

merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan maka akan membuat suatu perusahaan menjadi cepat mencapai tujuannya, keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Badan usaha milik negara (BUMN) yang dahulu dikenal dengan perusahaan negara (PN) adalah perusahaan yang dimiliki baik sepenuhnya, sebagian besar, maupun sebagian kecil oleh pemerintah dan pemerintah memberi kontrol terhadap perusahaan. Yang membedakan BUMN dengan badan lain milik pemerintah adalah status badan hukum dan sifat operasional (seperti aktivitas dan tujuan komersialnya). Meski BUMN berperan dalam melaksanakan kebijakan publik (misalnya perusahaan perkeretaapian milik negara bertujuan untuk memperendah akses dan mobilitas masyarakat), BUMN harus dibedakan dari kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, nonstructural, dan badan layanan umum. PT. TASPEN (Persero) salah satunya, PT.TASPEN (Persero) juga terkenal dengan mengeluarkan terobosan terbarunya yaitu Aplikasi Taspen Otentikasi, sistem ini untuk meningkatkan pelayanan kepada pensiun dan memberikan kemudahan dalam mengambil uang atau gaji pensiun. Aplikasi otentikasi adalah salah satu cara untuk otentikasi agar pensiun tidak harus datang ke kantor pos untuk mengambil uang pensiun.

Di masa pandemik corona atau Covid-19 saat ini aplikasi taspen otentikasi sangatlah membantu, dimana nasabah tidak perlu datang ke kantor pos yang mengeluarkan dana pensiun, tetapi hanya dirumah saja dengan demikian menghambat meluasnya penyebaran virus corona atau covid-19 yang terjadi pada saat ini. Namun banyak terjadi kendala dalam menggunakan aplikasi taspen otentikasi, hal ini dikarenakan pengguna aplikasi tersebut adalah lansia. Banyak diantara mereka tidak bisa menggunakan teknologi sehingga masih memerlukan bantuan orang lain.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Jasa Layanan

Kualitas pelayanan adalah sebagaimana yang diinterpretasikan merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluhan dapat di memenuhi persyaratan kebutuhan nasabah(Lupiyoadi, 2013). Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Setiap perusahaan berlomba untuk menghasilkan kualitas pelayanan yang terbaik untuk konsumennya. Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui

pemenuhankebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2012).

Pelayanan yang diharapkan merupakan tujuan dari kualitas jasa layanan, terutama pelayanan yang sangat memuaskan, disini peran kualitas pelayanan menjadi nomor satu didalam perusahaan, dalam mewujudkan suatu tujuan perusahaan harus bijak dalam menentukan pelayanan yang baik dan nyaman bagi nasabah, mau itu dari pelayanan karyawannya atau dari fasilitas-fasilitas yang di sediakan, adapun pelayanan dari karyawan adalah pelayanan yang ramah, tidak menyulitkan nasabah, menggunakan bahasa yang mudah di mengerti dan lainnya, adapun fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan adalah, ruang tunggu yang nyaman dan menyediakan air mineral. Dengan adanya pelayanan yang sangat baik, perusahaan akan lebih cepat mencapai tujuannya.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa layanan bagaimana perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima, jika kenyataan melebihi dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan sebaliknya. Bukan hanya itu, kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Pelayanan merupakan faktor penting dalam suatu penjualan baik barang maupun jasa, Menurut Kotler dan Kevin (2018) ada lima kualitas pelayanan yang dapat dirincikan antara lain:

- a. Keandalan (*Realibility*)
Merupakan kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya
- b. Keresponansifan (*Responsiveness*)
Kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa/ layanan dengan cepat atau ketanggapan.
- c. Keyakinan (*Confidance*)
Menyangkut pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan kepercayaan dan keyakinan.
- d. Empati (*Emphaty*)
Syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.
- e. Berwujud (*Tangible*)
Merupakan penampilan fisik dalam hal fisilitas, peralatan, personel dan media komunikasi.

Pelayanan di nilai sangat penting karena merupakan cara komunikasi antara konsumen dan pembeli jasa layanan dan memiliki dampak terhadap kepuasan atau tidak puas nasabah.

Aplikasi Taspen Otentikasi

Aplikasi Taspen Otentikasi adalah aplikasi yang di luncurkan oleh PT.TASPEN (persero) di awal tahun 2019, Manfaat aplikasi ini adalah menyelamatkan uang negara, menghindari keterlanjutan keterlambatan pembayaran dan mengurangi antrian pada mitra bayar, dengan memverifikasi wajah pensiun, tapi sebelumnya nasabah harus melakukan Endrollman terlebihdahulu, Endrollman Taspen adalah proses perekaman biometric (Suara, Wajah, dan sidikjari). Data yang telah berhasil terekam pada proses ini akan digunakan oleh aplikasi “Otentikasi Taspen” yang fungsinya agar semua penerima pensiun menjadi lebih mudah dalam melakukan otentikasi tanpa harus mengunjungi mitra bayar Taspen lagi. Dengan data yang ada, penerima pensiun dapat melakukan otentikasi dimanapun dan kapanpun menggunakan smartphone. Data dari endollment tersebut juga akan disematkan dalam smartcard Taspen yang nantinya dapat digunakan sebagai ATM untuk mengambil dana pensiunnya. Kriteria yang tidak berlaku pada peserta yang 70 tahun keatas Endrollman bisa digantikan dengan surat keterangan uzur.

Otentikasi adalah proses verifikasi yang dilakukan untuk memastikan bahwa dana pensiun bulanan diterima yang berhak. Otentikasi secara berkala agar benar dana benar-benar diterima oleh penerima yang berhak, jika otentikasi tidak bisa dilakukan nasabah bisal angung data ke bank atau kantor pos tempat menerima uang pensiun, dengan di bantu “Verifikasi wajah Pensiun” (<https://www.taspen.co.id>)

Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang (Kotler dan Kevin, 2018). Kepuasan nasabah sebagai respon atau reaksi nasabah terhadap tingkat kepuasan yang di dapat setelah menggunakan suatu produk atau jasa tersebut (Rangkuti, 2011). Banyak pakar yang berusaha mendefinisikan kepuasan konsumen berdasarkan persepektifnya masing-masing. Meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan konsumen. (Priansa, 2017). Oleh sebab

itu perusahaan harus mampu melakukan inovasi terhadap produknya agar produk tersebut memiliki nilai tambah dari pada produk perusahaan lain. Jika nasabah dapat merasakan nilai tambah dari produk tersebut maka dengan sendirinya kepuasan nasabah dapat tercapai. Nasabah yang telah merasa puas terhadap pelayanan penyedia jasa perusahaan cenderung akan menyampaikan rasa puasnya kepada orang lain dan secara tidak langsung hal itu dapat mempengaruhi orang lain agar menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

Dipertegas oleh Kotler dan Kevin (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggannya itu tingkat dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira. Harapan juga menyangkut soal produk yang menjadi kepuasan nasabah, dengan hubungan interaksi baik antara nasabah dan karyawan bisa menjadi poin suatu kepuasan dan kenyamanan bagi nasabah, dan nasabah akan lebih merasa senang, dengan melakukan interaksi yang baik dari karyawan ke nasabah maka nasabah tidak sungkan jika mendapat kendala atau kesulitan saat mencoba produk tersebut. Kepuasan nasabah juga memiliki beberapa faktor yang membuat nasabah itu akan selalu setia dengan suatu layanan. Menurut Wahyuningsih (2018) Ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kepuasan produk, Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, Terutama untuk industry jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai apa yang diharapkan.
3. Faktor emosional, konsumen yang bangga akan merasayakin bahwa orang lain akan kagum bila dia menggunakan produk dengan merek tertentu.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama akan menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya, dan kemudian untuk mendapatkan produk atau jasa. Pelanggan yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan, dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap pelayanan suatu perusahaan (Tjiptono dan Chandra, 2012).

Kepuasan yang diperoleh dari kualitas pelayanan berpengaruh terhadap perusahaan, pelayanan yang baik menjadi nilai ukur bagi nasabah, saat ini dikemukakan bahwa produk dan kualitas pelayanan juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung. Konsumen yang merasa puas dalam pelayanan adalah konsumen yang menerima nilai tambah yang lebih dari perusahaan. Memuaskan konsumen tidak hanya berarti memberikan tambahan produk atau jasa, pelayanan atau sistem.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini populasi adalah seluruh nasabah PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh, dengan sampel secara insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2014).

Pengambilan sampel dilakukan dengan incidental sampling atau sampel akan diambil dengan mendatangi rumah-rumah nasabah PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh, dan tetap menggunakan protocol kesehatan (Sugiyono, 2016). Penelitian ini dibatasi pada nasabah PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh dengan ruang lingkup desa Neusu Jaya, hal ini dikarenakan keterbatasan ruang gerak penelitian karna pandemic Covid 19, sehingga sampel yang diambil sebanyak 35 responden. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang digunakan untuk memperoleh data dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Skala yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert Menurut Sugiyono (2016) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

sekelompok orang tertentu fenomena sosial. Dalam penelitian berdasarkan tanggapan responden yang bersangkutan.

Metode analisi data yang digunakan adalah uji regresi linear berganda yaitu analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dilakukan secara persial dan simultan menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS versi 22.00). penelitian ini menggunakan uji Statistik, pengujian statistic secara persial dilakukan dengan menggunakan uji T, sedangkan pengujian secara simultan dilakukan dengan uji F. untuk menguji ketepatan penggunaan model, peneliti menggunakan koefisien determinan (R^2) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati satu menandakan variabel-variabel indenpenden memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan oleh variabel dependen (Ghozali,2011) dalam (Wiyanti,2014).

] **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** **Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap nasabah taspen laki-laki 24 orang dan perempuan sebanyak 11 orang, maka hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut. Penelitian ini menunjukkan bahwa 35 responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang sudah terdaftar di Taspen. Kuisisioner di ambil disekitar wilayah tempat tinggal peneliti dikarenakan mewabahnya virus corona disaat ini, jadi jangkauan untuk mencari pensiunan.

Menurut Ghozali (2012) uji validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan memiliki nilai positif, maka pernyataan yang di uji dikatakan valid. Hasil penelitian dapat di lihat bahwa dari seluruh item yang di ajukan pada responden dinyatakan bahwa seluruhnya valid. Dengan nilai Variabel Kepuasan Nasabah (Y), R_{Hitung} Y1= 0,654, Y2= 0,692, Y3=0,398, Y4=0,620, Y5= 0,434, Y6= 0,613, Y7= 0,426, semua item pertanyaan $> R_{tabel} = 0,3338$. Variabel Kualitas Jasa layanan R_{Hitung} X1= 0,771, X2= 0,623, X3= 0,854, X4= 0,432, X5= 0,524, X6= 0,792, X7= 0,890, semua item pertanyaan $> R_{tabel} = 0,3338$. Dan Variabel Penggunaan A plikasi Taspen Otentikasi R_{Hitung} X1= 0,662, X2=

0,425, X3= 0,352, X4= 0,681, X5= 0,542, X6= 0,712, X7= 0,502, semua item pertanyaan > $R_{tabel} = 0,3338$. Maka semua item di nyatakan Valid.

Pengujian Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* (α). Hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap komponen pertanyaan-pertanyaan lebih besar dari pada 0,6. Yaitu Variabel Kepuasan Nasabah (Y) *Cronbach's Alpha* = 0,768 > 0,60, Variabel Kualitas Jasa layanan (X1) *Cronbach's Alpha* = 0,737 > 0,60, dan Variabel Penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi (X2) *Cronbach's Alpha* = 0,725 > 0,60, maka keterangan nya Reliabel,berikut Tabel 1. berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	R_{tabel}	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	0,768	0,60	Reliabel
Kualitas Jasa layanan (X1)	0,737		Reliabel
Penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi (X2)	0,725		Reliabel

Pengujian Pengaruh Persial T (test)

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam mengetahui variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual terhadap hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Ditunjukkan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Pengaruh Persial (T test)

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11.624	2.610			4.454	.000
Kualitas Jasa Layanan (X1)	.362	.091	.546		3.983	.000
Penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi (X2)	.300	.113	.361		2.639	.013

A. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Pengujian hipotesis uji t yang dihasilkan pengaruh variabel kualitas jasa layanan terhadap kepuasan nasabah (H_1). Variabel kualitas jasa layanan (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT.TASPEN (Pesero) Kantor Cabang Banda Aceh. Hal ini terlihat dari signifikan Kualitas Jasa Layanan (X_1) 0,001 <

0,05. Dan nilai $t_{tabel} = 2,034515$. Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,983 > 2,034515$), maka H_0 di tolak dan H_1 diterima. Sehingga terdapat pengaruh kualitas jasa layanan terhadap kepuasan nasabah secara persial di terima.

Pengujian hipotesis uji t yang dihasilkan pengaruh variabel penggunaan aplikasi taspen otentikasi terhadap kepuasan nasabah (H_2). Variabel Penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT.TASPEN (Pesero) Kantor Cabang Banda Aceh. Hal ini terlihat dari signifikan Penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi (X_2) $0,013 < 0,05$. Dan nilai $t_{tabel} = 2,034515$. Berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($2,639 > 2,034515$), maka H_0 di tolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh Penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi terhadap kepuasan nasabah secara persial.

Pengaruh Pengujian Simultan F

Uji F atau juga disebut signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu kualitas jasa layanan dan penggunaan aplikasi taspen otentikasi untuk dapat atau menjelaskan tingkah laku atau keragaman suatu variabel terikat yaitu kepuasan nasabah. uji F juga dimaksud untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol (Ghozali, 2012), ditunjukkan pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Pengaruh Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.024	2	32.512	39.833	.000 ^b
	Residual	26.119	32	.816		
	Total	91.143	34			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi(X2), Kualitas Jasa Layanan (X1)

Sumber: Data Pengolahan 2020 (SPSS 22.00)

Berdasarkan Tabel 3 diatas diperoleh f hitung untuk variabel kualitas jasa layanan dan penggunaan aplikasi taspen otentikasi sebesar 39,833 dan sig adalah 0,001. Karena nilai F_{hitung} ($39,833$) lebih besar dari nilai F_{tabel} ($4,139$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persenta sebesarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya koefisien determinan ini dinyatakan dalam presentase (%). Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau presentase kualitas jasa layanan dan penggunaan aplikasi taspen otentikasi terhadap pnasabah PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinan(R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Esti
1	.845 ^a	.713	.696	.903

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Aplikasi Otentikasi (X2), Kualitas Jasa Layanan(X1)

Sumber: Data Pengolahan 2020 (SPSS 22.00)

Berdasarkan hasil yang sudah di dapat dari Tabel 4.8 nilai Adjusted R Square (koefisiendeterminan) sebesar 0,69 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 69,6%.

Pengaruh Kualitas Jasa Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari penelitian kualitas jasa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh. Hasil uji T, r_{hitung} sebesar 3,98 sedangkan r_{tabel} sebesar 2,03 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa secara persial memiliki pengaruh signifikan antara kualitas jasa layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh.

Menurut Lovelock dkk (2011) mendefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi nasabah atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan dan kualitas pelayanan merupakan hal utama yang harus diperhatikan dalam suatu perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan hasil peneliti yang di lakukan Astuti dkk (2017), Maesarah (2019), dan Utami (2013) yang menyimpulkan bahwa kualitas jasa layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Artinya pelayanan

yang diberikan PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh kepada nasabah sudah sesuai dengan harapan para nasabah, maka nasabah akan merasa kebutuhannya terpenuhi secara langsung akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Taspem Otentikasi terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari penelitian penggunaan aplikasi Taspem otentikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh, Hasil Uji T, r_{hitung} sebesar 2,63 sedangkan r_{tabel} sebesar 2,03 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,013 < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa secara persial memiliki perngaruh signifikan antara penggunaan aplikasi Taspemotentikasi terhadap kepuasan nasabah pada PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh.

Penelitian ini sejalan dengan pengamatan dan juga hasil yang sudah di teliti tentang penggunaan aplikasi Taspem otentikasi dan dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Taspem otentikasi berperngaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dan juga menjadisolusi yang sangat baik bagi nasabah yang sudah lanjut usia, tidak perlu harus ke bank atau kantor pos, artinya penggunaan aplikasi Taspem otentikasi sudah sesuai harapan nasabah.

Pengaruh Kualitas Jasa Layanan dan Penggunaan Aplikasi Otentikasi Secara Bersama-Sama Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kualitas jasa layanan dan penggunaan aplikasi Taspem otentikasi terhadap kepuasan nasabah pada PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh. Hasil uji F diatas didapat F_{hitung} sebesar 39,833 sedangkan $F_{tabel}(4,139)$. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_0 diterima. Jadi dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas jasa layanan dan penggunaan aplikasi Taspem otentikasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang di lakukan Nababan (2018), Azhari (2019), Hasanah (2019), dan Penelitian ini sesuai dengan peneliti sebelumnya hasil penelitian yang sudah di dapat dan sudah ada hasilnya diatas menunjukkan bahawa kualitas jasa layanan dan penggunaan aplikasi Taspem otentikasi secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Artinya jika kualitas jasa layanan dan penggunaan aplikasi Taspem otentikasi secara bersama-sama

diberikan dengan baik kepada nasabah langsung akan meningkatkan kepuasan nasabah PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh

Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat disimpulkan dari penelitian mengenai pengaruh kualitas jasa layanan dan penggunaan aplikasi taspem otentikasi terhadap kepuasan nasabah pada PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh.

1. Secara parsial diketahui bahwa kualitas jasa layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh. Hal ini dikarenakan pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan, memberikan kepercayaan nasabah terhadap jasa layanan yang diberikan serta pelayanan yang baik akan menaikkan citra perusahaan baik di mata nasabah maupun pihak eksternal lainnya.
2. Secara persial diketahui bahwa penggunaan aplikasi Taspem otentikasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya aplikasi taspem otentikasi nasabah dapat dengan mudah menikmati layanan secara online, menghemat waktu dan biaya karena nasabah tidak perlu datang ke kantor. Meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap pelayanan karena pelayanan sudah menggunakan teknologi terkini dan terupdate serta memudahkan nasabah untuk berkomunikasi.
3. Secara simultan diketahui kualitas jasa layanan dan penggunaan aplikasi Taspem Otentikasi secara bersama sama memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT.TASPEN (pesero) Kantor Cabang Banda Aceh. Hal ini dikarenakan jasa layanan yang baik dan didukung dengan penggunaan teknologi seperti Taspem Otentikasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik didukung dengan teknologi terupdate dan kemampuan Taspem Otentikasi menjaga validitas dan kepercayaan nasabah terhadap uang pensiun memberikan nilai tambah dan kepercayaan nasabah terhadap tabungan pensiunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti,Dwi I. dan Supawi P,Eny K. 2017. Pengaruh Kualitas, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah di PT.TASPEN (Persero) Cabang Surakarta.*Jurnal Bisnis Managemen & Perbankan*. Vol 3 (1).

- Azhari, Tessa. Frinaldi Al. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan dan Pengelolaan Panduan Terhadap Kepuasan Nasabah PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Padang. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Admin istrasi Publik (JMIAP)*. Vol 1 (3).
- Badjamal, A Faiqah. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan yang Menginap Di Penginapan Sederhana Kecamatan Tinombo. *E-Jurnal Katalogis*. Vol.2 (1).
- Dewi, Kusum Ratih dan Putu Ayu Gust, dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT.BPR Hoki Kabupaten Tabana. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udaya*. Vol.3 (5).
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 5. Semarang. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, edisi ke lima Semarang: *Universitas Diponegor*
- Gujarati, D, N. 2007. Dasar-dasar Ekonomika Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hasanah, Maqhzizatul. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Mataram. *Jurnal Magisman*. Vol 8 (1).
- Kotler, Philip & Kevin L. K. 2018. Manajemen Pemasaran. Jakarta: *Penerbit Erlangga*.
- Lestari, Soraya & Novi Hardiyanti. 2019. Pengembangan Kota Wisata Syariah dengan Peningkatan UMKM Syariah. *Jurnal Maksipreneur*. Vol.9 (1).
- Lupiyoadi, R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3. Jakarta: *Salemba Empat*.
- Maesarah. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Klaim Satu Jam terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Mataram. *Jurnal Bisnis Managemen & Perbankan*. Vol 10 (1).
- Manoppo, Ferdianan. 2013. Kualitas Pelayanan dan Servicescape pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada HOTEL GRAN PURI Manado. *Jurnal EMB*. Vol.1 (4).
- Mutmainnah, M. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nabasah. *Jurnal Manajemen dan Pemesanan Jasa*, Vol.10 (2).
- Nababan, Osta B dan Tanisa Andra O. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Peserta Pensiun Pada PT.TASPEN (Persero) Cabang Depok. *Economicus*. Vol.9 (1).

Priansa, D.J.2017.Prilaku Konsumen.Bandung: Alfabeta,cv.

Rangkuti, Fandy. 2011. SWOT Balanced Scorecard:Teknik Menyusun Strategi Korporat Yang Efektik Plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko.*Gramedia Pustaka Utama*, Jakarta.

Rizal,Syamsul dan Munawir. 2017. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh.*Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*.Vol 1(2).

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif dan R & D. *Perbit* Alfabeta. Bandung

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Bisnis.Bandung.Alfabeta.

Sugiyono.2016. Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif dan R & D. *Perbit* Alfabeta.Bandung

Tjiptono, F dan Chandra, G.2012.Pemasaran Strategik. Yogyakarta: *Penerbit Andi*.

Utami, Budi S. 2013.Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.TASPEN (Persero) Cabang Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Management*. Vol 2(1).

Wahyuningsih, Nining dan Nurul Jannah. 2018.Faktor-Faktor Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat. *Al-Amwal*.Vol 10 (2).

Wiyanti, Nanik. 2014. Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Perubahan Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).Vol 4 (1).

Web : <https://www.taspen.co.id> diakses pada tanggal 20 Juni 2020 `2