

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa yang menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri selama satu tahun keatas. Peneliti menyebarkan kuesioner secara offline kepada responden sebanyak 100 kuesioner dengan jumlah pernyataan 38 butir.

Karakteristik data responden yang tertera pada kuesioner penelitian tersebut yaitu status responden sebagai nasabah, jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia, dan seberapa lama responden menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Adapun jumlah karakteristik responden akan dipaparkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1  
Jumlah Responden Berdasarkan Status Nasabah

<b>Status Nasabah</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
Peminjam	1	1 %
Penabung	94	94 %
Asuransi	1	1 %

Penabung dan Investasi	2	2 %
Peminjam dan Penabung	2	2 %

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Data pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 100 jumlah responden dalam penelitian ini mayoritas memiliki status sebagai nasabah penabung yang berjumlah 94 nasabah dengan presentase 94 %. Status sebagai nasabah paling sedikit dalam penelitian ini yaitu nasabah sebagai peminjam berjumlah 1 nasabah dengan presentase sebesar 1 % dan nasabah asuransi berjumlah 1 nasabah dengan persentase sebesar 1 %. Responden dalam penelitian ini yang memiliki status sebagai penabung dan investasi berjumlah 2 nasabah dengan presentase 2 % dan responden yang memiliki status sebagai nasabah peminjam dan penabung berjumlah 2 nasabah dengan persentase 2 %.

Tabel 4.2  
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	26	26 %
Perempuan	74	74 %

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Data pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 74 orang dengan persentase 74 % sedangkan

responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 26 orang dengan persentase 26 %.

Tabel 4.3  
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
SMA	82	82 %
S1/ DIPLOMA	17	17 %
S2	1	1 %

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Data pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang pendidikan terakhir SMA sebanyak 82 orang dengan persentase 82 % sedangkan pendidikan terakhir responden paling sedikit dalam penelitian ini yaitu S2 berjumlah 1 orang dengan persentase 1 %. Responden yang pendidikan terakhirnya S1/ DIPLOMA sebanyak 17 orang dengan persentase 17 %.

Tabel 4.4  
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

<b>Usia</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
Dibawah 20 tahun	10	10 %
21 - 25 tahun	86	86 %
26 - 30 tahun	4	4 %

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Data pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini yang berusia 21-25 tahun berjumlah 86 orang dengan persentase 86 %. Responden yang berusia dibawah 20 tahun sebanyak 10 rang dengan persentase 10 % dan responden paling sedikit dalam penelitian ini yang berusia 26-30 tahun berjumlah 4 orang dengan persentase 4 %.

Tabel 4.5  
Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

<b>Lama Menjadi Nasabah</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
1 – 4 tahun	89	89
5 – 8 tahun	11	11

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Data pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas responden menjadi nasabah yaitu selama 1-4 tahun yang berjumlah 89 nasabah dengan

persentase 89 %. Sedangkan responden yang menjadi nasabah selama 5-8 tahun berjumlah 11 nasabah dengan presentase 11 %.

## **B. Uji Validitas**

Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur ini mengukur apa yang ingin diukur. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, pengujian validitas akan dilakukan dengan menggunakan metode *Bivariate Pearson correlation* dengan bantuan aplikasi program *SPSS 22.0 for windows*. Peneliti akan melakukan analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Item-item pernyataan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkapkan valid. Butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai signifikannya kurang dari 0,05 (Noor, 2011: 169).

Peneliti melakukan dua kali analisis karena masih adanya butir pernyataan yang tidak valid, maka dari itu butir pernyataan yang tidak valid tersebut harus dibuang dan peneliti harus mengulang melakukan pengujian agar semua butir pernyataan pada variabel penelitian ini menunjukkan nilai signifikan kurang dari 0,05.

Tabel 4.6  
Hasil Pengujian Validitas

No.	Pernyataan	R	Sig.	Keterangan
	<b>Kepuasan Nasabah</b>			
<b>1</b>	KN 1	0.685	0.000	<b>Valid</b>
	KN 2	0.584	0.000	<b>Valid</b>
	KN 3	0.701	0.000	<b>Valid</b>
	KN 4	0.740	0.000	<b>Valid</b>
	KN 5	0.522	0.000	<b>Valid</b>
	KN 6	0.451	0.000	<b>Valid</b>
	<b>Biaya Beralih</b>			
<b>2</b>	BB 1	0.644	0.000	<b>Valid</b>
	BB 2	0.691	0.000	<b>Valid</b>
	BB 3	0.858	0.000	<b>Valid</b>
	BB 4	0.879	0.000	<b>Valid</b>
	<b>Persepsi Harga</b>			
<b>3</b>	PH 1	0.814	0.000	<b>Valid</b>
	PH 2	0.834	0.000	<b>Valid</b>
	PH 3	0.846	0.000	<b>Valid</b>
	PH 4	0.688	0.000	<b>Valid</b>
	<b>Kualitas Layanan</b>			
<b>4</b>	KL 1	0.550	0.000	<b>Valid</b>
	KL 2	0.566	0.000	<b>Valid</b>
	KL 3	0.540	0.000	<b>Valid</b>
	KL 4	0.787	0.000	<b>Valid</b>

KL 5	0.428	0.000	<b>Valid</b>
KL 6	0.786	0.000	<b>Valid</b>
KL 7	0.792	0.000	<b>Valid</b>
KL 8	0.792	0.000	<b>Valid</b>
KL 9	0.650	0.000	<b>Valid</b>
KL 10	0.450	0.000	<b>Valid</b>
KL 11	-0.460	0.000	<b>Valid</b>
KL 12	0.361	0.000	<b>Valid</b>
KL 13	0.479	0.000	<b>Valid</b>
KL 14	0.751	0.000	<b>Valid</b>
KL 15	0.472	0.000	<b>Valid</b>
KL 16	0.412	0.000	<b>Valid</b>
KL 17	0.550	0.000	<b>Valid</b>
KL 18	0.122	0.126	<b>Tidak Valid</b>
KL 19	0.642	0.000	<b>Valid</b>
KL 20	0.557	0.000	<b>Valid</b>
KL 21	0.677	0.000	<b>Valid</b>
KL 22	0.512	0.000	<b>Valid</b>
KL 23	0.511	0.000	<b>Valid</b>
KL 24	0.740	0.000	<b>Valid</b>

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Tabel 4.6 menunjukkan hasil dari uji validitas variabel dalam penelitian ini, bahwa tidak semua item pernyataan dapat diuji secara sempurna, karena ada item yang tidak valid pada variabel kualitas layanan yaitu pada pernyataan

18. Pernyataan yang tidak valid tersebut akan dibuang dan tidak bisa digunakan untuk pengujian selanjutnya. Jumlah pernyataan yang valid yaitu 37 item karena memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga data tersebut dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

### C. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, peneliti akan melakukan uji reliabilitas dengan metode *cronbach alpha*. Analisis *cronbach alpha* digunakan untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Sebuah instrument penelitian dikatakan reliabel jika nilai alpha  $> 0,60$ . Apabila nilai *cronbach alpha*  $< 0,60$  menunjukkan bahwa reliabilitas dinilai buruk, tetapi peneliti masih bisa melanjutkan untuk pengujian selanjutnya. Peneliti mendapatkan hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 4.7  
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kepuasan Nasabah	0.611	<b>Reliabel</b>
Biaya Beralih	0.770	<b>Reliabel</b>
Persepsi Harga	0.808	<b>Reliabel</b>
Kualitas Layanan	0.885	<b>Reliabel</b>

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)



Tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0,60. Hal ini berarti semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel, sehingga semua item pernyataan dapat dipercaya dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

#### D. Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini statistik deskriptif menyajikan nilai rata-rata (mean) dan koefisien korelasi antar variabel-variabel dari penelitian ini yaitu variabel biaya beralih, variabel persepsi harga, variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan nasabah. Nilai statistik deskriptif masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8  
Mean dan Koefisien Korelasi Antar Variabel

Variabel	Mean	BB	PH	KL	KN
BB	3.82				
PH	2.68	-0.067			
KL	4.21	0.418**	-0,096		
KN	3.77	-0.088	-0.373**	0.012	

\*\* . Correlation significant at the 0,01 level (2-tailed).

Keterangan:

BB : Biaya Beralih

PH : Persepsi Harga

KL : Kualitas Layanan

KN : Kepuasan Nasabah

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

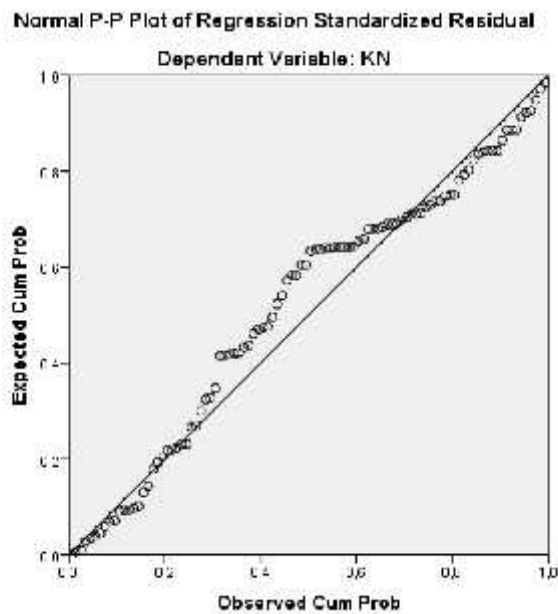
Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki nilai rata-rata sebesar 3,77. Nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata skor dari jawaban-jawaban responden pada kuesioner penelitian cukup tinggi, dan mengindikasikan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh nasabah BSM cukup baik. Nilai rata-rata dari variabel biaya beralih sebesar 3,82 berarti nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata skor dari jawaban responden pada kuesioner penelitian tinggi dan mengindikasikan bahwa biaya beralih yang dirasakan oleh nasabah BSM baik. Nilai rata-rata variabel persepsi harga sebesar 2,68 berarti nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata skor dari jawaban responden pada kuesioner penelitian cukup rendah karena di bawah 3,7. Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang dirasakan oleh nasabah BSM rendah. Nilai rata-rata dari variabel kualitas layanan sebesar 4,21 berarti nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata skor dari jawaban responden pada kuesioner penelitian sangat tinggi dan mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang dirasakan oleh nasabah BSM sangat baik.

Selain menunjukkan nilai rata-rata dari tiap variabel, tabel 4.8 juga menunjukkan nilai koefisien korelasi antar variabel dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa biaya beralih tidak berkorelasi dengan kepuasan nasabah ( $r = -0,088 : p < 0,01$ ). Sedangkan persepsi harga berkorelasi signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $r = - 0,373 :$

$p < 0,01$ ) dan kualitas layanan tidak berkorelasi terhadap kepuasan nasabah ( $r = 0,012 : p < 0,01$ ). Hal tersebut mengindikasikan bahwa tidak ada pengaruh biaya beralih terhadap kepuasan nasabah, sedangkan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

#### **E. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak, karena model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan P-Plot untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Pada dasarnya normalitas sebuah data dapat dikenali atau dideteksi dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik Normal Probability Plot-nya. Data dikatakan berdistribusi normal, apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sebaliknya, data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Pada gambar 4.1 hasil uji normalitas P-Plot menunjukkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal karena terlihat bahwa data atau titik-titiknya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya.

#### F. Uji Multikolinieritas

uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Apabila terdapat korelasi yang tinggi sesama variabel independen, maka salah satu diantaranya harus dibuang atau dikeluarkan dari analisis regresi berganda. Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai Tolerance  $> 0,1$

dan  $VIF < 10$ . Dalam penelitian ini mendapatkan hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 4.9  
Hasil Pengujian Multikolinieritas

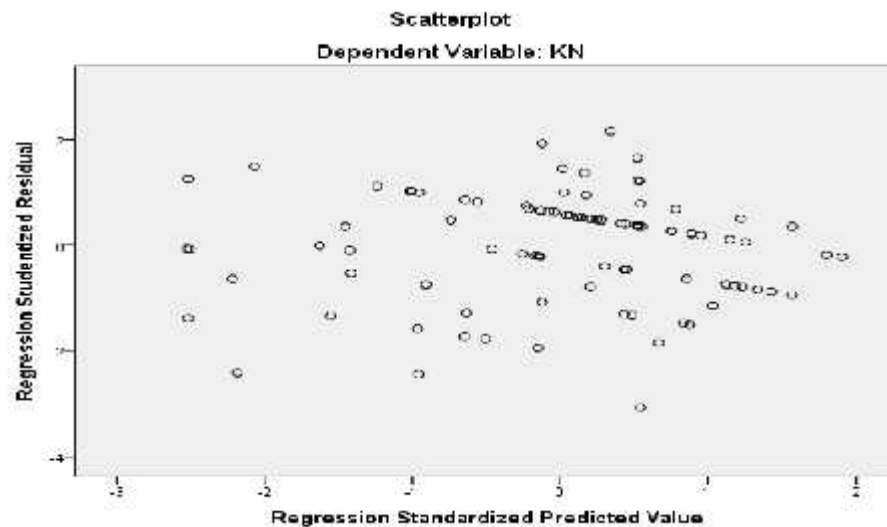
<b>Variabel Independen</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
Biaya Beralih	0.825	1.213	<b>Tidak terjadi multikolonieritas</b>
Persepsi Harga	0.990	1.010	<b>Tidak terjadi multikolonieritas</b>
Kualitas Layanan	0.821	1.219	<b>Tidak terjadi multikolonieritas</b>

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel independen, karena dari hasil pengujian membuktikan nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 sehingga peneliti dapat melanjutkan analisis data pada tahap berikutnya.

## G. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak heteroskedastisitas dengan menggunakan uji scatterplot regresi. Apabila titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini mendapatkan hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Berdasarkan pada gambar 4.2 hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dan peneliti dapat melanjutkan analisis data pada tahap berikutnya.

## H. Hasil Pengujian Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini akan dicari pengaruh variabel independen biaya beralih (X1), persepsi harga (X2), dan kualitas layanan (X3) terhadap variabel dependen kepuasan nasabah (Y). Dalam penelitian ini didapatkan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 4.10  
Hasil Pengujian Koefisien Regresi Berganda

<b>Variabel</b>	<b>Koefisien Regresi (B)</b>	<b>Sig.</b>
<b>Biaya Beralih</b>	-0,135	0,231
<b>Persepsi Harga</b>	-0,326	0,000
<b>Kualitas Layanan</b>	0,009	0,794

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Hasil analisis dari tabel 4.10 dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 27,338 - 0,135x_1 - 0,326x_2 + 0,009x_3 + e$$

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa :

- 1) Pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa biaya beralih tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansinya sebesar 0,231 yang berarti lebih dari 0,05. Keterangan nilai signifikan tersebut bahwa hipotesis pertama yang menyatakan variabel biaya beralih berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tidak didukung.
- 2) Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05. Keterangan nilai signifikan tersebut bahwa hipotesis kedua yang menyatakan variabel persepsi harga berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah didukung.
- 3) Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansinya sebesar 0,794 yang berarti lebih dari 0,05. Keterangan nilai signifikan tersebut bahwa hipotesis ketiga yang



menyatakan variabel kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tidak didukung.

## 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 4.11  
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

R	$R^2$	Adjusted $R^2$
0,391	0,153	0,126

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Dari output di atas, dapat dilihat bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,126 atau sebesar 12,6 %. Artinya variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 12,6 % sedangkan 87,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

## 3. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.12  
Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	96.374	3	32.125	5.765	.001
Residual	534.936	96	5.572		
Total	631.310	99			

Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel biaya beralih, persepsi harga dan kualitas layanan memiliki nilai F sebesar 5,765 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Berdasarkan tabel 4.12 dapat dikatakan bahwa biaya beralih, persepsi harga dan kualitas layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## **I. Pembahasan Hasil Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh positif biaya beralih terhadap kepuasan nasabah, pengaruh negatif persepsi harga terhadap kepuasan nasabah dan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

### **1. Pengaruh Biaya Beralih Terhadap Kepuasan Nasabah**

Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel biaya beralih tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sehingga tidak mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa biaya beralih berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Hermasyah (2016) yang mengatakan bahwa biaya beralih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penyebab tidak didukungnya hipotesis pertama ini, dapat dijelaskan dengan argumen berikut. Pertama, responden dalam penelitian ini berasal dari kalangan mahasiswa dan mayoritas berstatus nasabah sebagai penabung yang biasanya memakai produk tertentu saja sehingga nasabah tersebut tidak terlalu memperhatikan biaya yang akan dikeluarkannya untuk pergantian suatu

produk. Kedua, nasabah BSM dengan mudah dapat membuka rekening di bank lain tanpa harus beralih dari BSM. Sehingga, biaya beralih yang diciptakan oleh BSM tidak berpengaruh pada kepuasan nasabah.

## **2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian pada hipotesis kedua yaitu adanya pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh negatif persepsi harga terhadap kepuasan nasabah didukung. Pada dasarnya persepsi harga menjadi penilaian nasabah mengenai informasi harga yang diperoleh serta perbandingan besarnya pengorbanan nasabah dengan apa yang akan didapatkan nasabah dari produk/jasa yang ditawarkan. Nasabah akan mempertimbangkan antara harga terhadap nilai anggapan untuk menggunakan produk/jasa. Bila harga melebihi jumlah nilai, nasabah tidak akan menggunakan produk/ jasa tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arfiani (2017) menyimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian tersebut, menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi harga yang dirasakan nasabah maka akan semakin menurunkan kepuasan nasabah dan akan memberikan dampak yang negatif pada perusahaan. Dalam kondisi tersebut seharusnya perusahaan melakukan perbaikan serta memberikan harga yang sesuai untuk nasabah, agar dapat meminimalisir dampak negatif dari adanya persepsi harga

yang tinggi. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa sehingga mahasiswa lebih memperhatikan dan mementingkan harga, sehingga nasabah yang mempersepsikan harga sesuai dengan manfaat pada sebuah produk/jasa akan merasa puas, tetapi apabila nasabah yang mempersepsikan harga lebih tinggi dari nilai suatu produk/ jasa akan menurunkan kepuasannya.

### **3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian pada hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sehingga tidak mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Anggarayana dan Pramudana (2013) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Tetapi tidak sesuai dengan hipotesis ketiga yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan tidak sejalan dengan penelitian yang telah diteliti oleh Saidani dan Arifin (2012) dalam penelitiannya ini menemukan hubungan positif antara kualitas layanan dan kepuasan yang dirasakan nasabah dan didukung oleh penelitian Hidayat (2016) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Tidak didukungnya hipotesis tersebut dapat dijelaskan dengan argumen karena mahasiswa jarang bertransaksi langsung di teller dan lebih banyak melalui ATM.

Pada penelitian ini membuktikan bahwa variabel persepsi harga yang mendukung hipotesis dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa, jadi mahasiswa lebih sensitif terhadap harga dan lebih memperhatikan harga daripada faktor-faktor yang lain seperti biaya beralih dan kualitas layanan. Apabila biaya beralih yang diberikan tinggi dan kualitas layanan yang diberikan baik tidak begitu berpengaruh pada mahasiswa karena mahasiswa lebih mengutamakan harga pada produk/ jasa perbankan.