

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA, TBK
(STUDI KASUS MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI BALIKAPAPAN)**

Bambang Jati
Ida Suriana,

1 Politeknik Negeri Balikpapan

2 Politeknik Negeri Balikpapan

**ida.suriana@poltekba.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dirancang untuk menguji tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berupa wujud fisik (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan kepedulian (emphaty) berpengaruh pada kepuasan nasabah. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 194 mahasiswa dimana jumlah tersebut adalah jumlah mahasiswa yang bersedia mengisi kuesioner yang telah diberikan. Jumlah sampel tersebut dengan tingkat kesalahan 5%. Dari hasil penelitian secara parsial terdapat dua variabel independen yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu responsiveness dan empati.

Kata kunci : wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian.

PENDAHULUAN

Undang-undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang telah diubah dengan undang-undang No. 10 Tahun 1998 menjelaskan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dan dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank memiliki peran penting untuk mendorong perekonomian bangsa, beberapa peran penting perbankan menurut Hasibuan (2015) bank sebagai pengumpul dana dari SSU (*Surplus Spending Unit*) dan penyalur kredit kepada DSU (*Defisit Spending Unit*), tempat menabung yang efektif dan produktif bagi masyarakat, pelaksana dan memperlancar lalu lintas pembayaran dengan aman, praktis dan ekonomis, sebagai penjamin penyelesaian perdagangan dengan menerbitkan L/C, sebagai penyelesaian proyek dengan menerbitkan bank garansi.

Pada era globalisasi dan era digital saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan

kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk dapat memahami setiap kebutuhan pelanggan agar mampu bertahan dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Tidak terkecuali bisnis dalam jasa perbankan Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Kepuasan sangat berarti bagi perusahaan agar mampu bertahan dalam persaingan dan menjadi bagian yang sangat penting dalam proses bisnis perbankan. Kepuasan pelanggan menjadi bagian wajib dalam setiap organisasi bisnis. Tjiptono (2012) menjelaskan manfaat dari kepuasan pelanggan diantaranya : (1) berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan; (2) berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling*, (3) menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan, terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan dan layanan pelanggan; (4) menekan volatilitas dan toleransi harga, terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok, (6) menumbuhkan rekomendasi gethok tular positif; (7) pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions* dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan; serta (8) meningkatkan *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi. Penelitian ini dirancang untuk menguji tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayan berupa wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Dalam industri jasa, pelanggan pasti berharap untuk mendapatkan pelayanan yang baik, sementara itu di pihak lain pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan jasanya. Demikian juga dalam dunia perbankan yang merupakan industri jasa, nasabah sebagai pelanggan pasti mempunyai harapan terhadap kualitas jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi pelayanan. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan suatu pelayanan (Kotler, 1997). PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk merupakan salah satu bank BUMN terbesar di Indonesia yang juga memiliki moto “melayani dengan sepenuh hati”. Bank yang sudah berdiri sejak tahun 1895 ini juga melayani mahasiswa di Politeknik Negeri Balikpapan. Dengan banyaknya persaingan maka

Bank BRI juga harus dapat memberikan kepuasan layanan kepada mahasiswa sebagai salah satu nasabah potensial yg dimiliki. Berangkat dari uraian diatas , maka dirumuskan judul penelitian adalah “: Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Balikpapan).

Pelayanan menekankan pada kepuasan konsumen yang dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas kepada perusahaan yang telah memberikan kualitas layanan yang memuaskan. Mahasiswa menjadi nasabah potensial yang dapat menjadi nasabah yang tetap setia pada saat sudah bekerja nantinya. Maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas pelayanan Bank BRI pada mahasiswa Politeknik Negeri Balikpapan berupa wujud fisik (*tangibles*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?
- b. Apakah kualitas pelayanan kualitas pelayanan Bank BRI pada mahasiswa Politeknik Negeri Balikpapan berupa kehandalan (*reliability*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?
- c. Apakah kualitas pelayanan Bank BRI pada mahasiswa Politeknik Negeri Balikpapan berupa daya tanggap (*responsiveness*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?
- d. Apakah kualitas pelayanan Bank BRI pada mahasiswa Politeknik Negeri Balikpapan berupa jaminan (*assurance*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?
- e. Apakah kualitas pelayanan pelayanan Bank BRI pada mahasiswa Politeknik Negeri Balikpapan berupa berupa kepedulian (*emphaty*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?

Untuk menghindari terjadinya perluasan ruang lingkup permasalahan maka perlu diketahui batasan masalah dari penelitian yang sedang dilakukan. Adapun batasan masalahnya adalah sebagai berikut:

- a. Lingkup wilayah penelitian adalah Politeknik Negeri Balikpapan
- b. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa Program angkatan 2017 -2020

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Politeknik Negeri Balikpapan Jurusan angkatan 2017-2020. Jumlah Populasi Mahasiswa sebanyak 1300 mahasiswa

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 194 mahasiswa dimana jumlah tersebut adalah jumlah mahasiswa yang bersedia mengisi kuesioner yang telah diberikan. Jumlah sampel tersebut dengan tingkat kesalahan 5% yang diambil dalam tabel penentuan sampel dari populasi tertentu milik Sugiyono (2014).

Variabel Penelitian dan Kerangka Konseptual

1. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

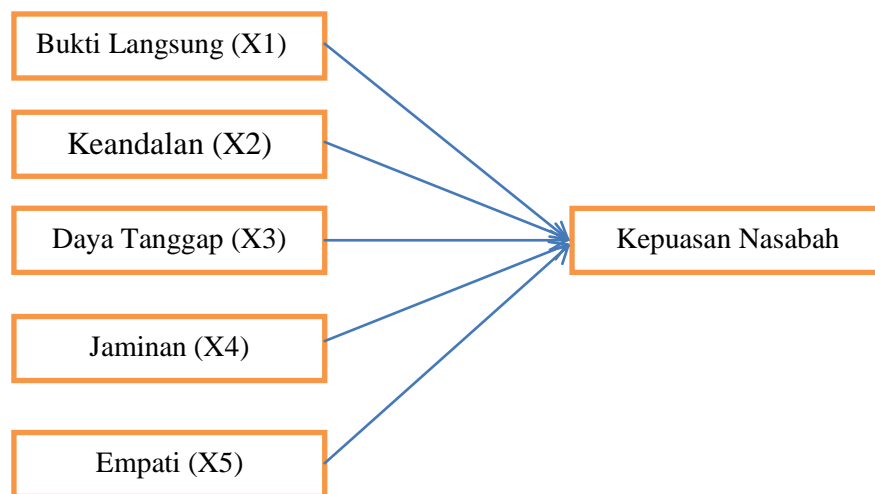
a. Variabel independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

b. Variabel dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah

2. Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka konseptual

Sumber : Penulis (2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji Validitas Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kecermatan fungsi alat ukurnya. Uji Validitas menggunakan KMO and Bartlett's Test dengan nilai signifikansi 0.00 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel. Hasil Uji Realibilitas dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0.896	Reliable
X2	0.806	Reliable
X3	0.858	Reliable
X4	0.832	Reliable
X5	0.867	Reliable
Y	0.854	Reliable

Sumber : Data diolah (2020)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.933
Approx. Chi-Square		3112.808
Bartlett's Test of Sphericity	df	171
	Sig.	.000

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian asumsi klasik atau tidak.

a. uji normalitas

uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini hasil uji normalitas berdistribusi normal.

b. uji multikolinieritas

uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen) (Ghozali;2009). Dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dilihat dari nilai VIF setiap variable <10.

c. uji Heteroskedastisitas

uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. (Sugiyono;2009). Hasil dari penelitian ini tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas

Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk melihat nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun model regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Hasil dari analisis regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.400 - 0.14X_1 + 0.162X_2 + 0.188 X_3 - 0.045X_4 + 0.660 X_5$$

Nilai konstanta 0.400 berarti ketika variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy dianggap konstan atau tidak ada perubahan maka besarnya variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0.400 satuan. Nilai b_1 sebesar 0.14 artinya jika variabel ini naik satu satuan maka variabel tangibles akan turun sebesar 0.14 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Nilai b_2 sebesar 0.162 artinya jika variabel ini naik satu satuan maka variabel reliability akan meningkat sebesar 0.162 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Nilai b_3 sebesar 0.188 artinya jika variabel ini naik satu satuan maka variabel responsiveness akan meningkat sebesar 0.188 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Nilai b_4 sebesar 0.045 artinya jika variabel ini naik satu satuan maka variabel assurance akan turun sebesar 0.045 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Nilai b_5 sebesar 0.660 artinya jika variabel ini naik satu satuan maka variabel empathy akan meningkat sebesar 0.660 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen yang terdiri *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah . Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* menunjukkan angka 0.668 yang berarti 66.80% dari nilai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah ditentukan oleh variabel

independen yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dan sisanya 33.20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

b. Uji F

Berdasarkan hasil uji F didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000 dengan nilai F hitung sebesar 78.121 hal ini berarti adanya pengaruh signifikan antara variabel independen yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.

c. Uji t

Tabel 2. Hasil Uji t

Model	B	t	Sig
Constanta	.400	.599	0.550
X ₁	-0.14	-0.224	0.823
X ₂	0.162	1.832	0.068
X ₃	0.188	2.170	0.031
X ₄	-0.045	-0.481	0.631
X ₅	0.660	8.697	0.000

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan hasil regresi menggunakan SPSS 20 dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat dua variabel independen yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu *responsiveness* dan *empati*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang sudah ada maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian ini agar dapat mendorong Bank BRI untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan bagi nasabah-nasab potensial seperti mahasiswa agar dikemudian hari, ketika mahasiswa sudah mulai bekerja akan tetap menjadi nasabah yang setia menggunakan produk-produk yang dikeluarkan oleh bank BRI. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh

Ahmaddien (2016). Dari lima variabel independen terdapat dua variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah yaitu *responsiveness* (daya tanggap) dan *emphaty* (kepedulian).

Saran

Diperlukan adanya penelitian lebih lanjut tentang kualitas pelayanan dari faktor lain selain lima faktor lain yang sudah diteliti

Ucapan Terimakasih

Penelitian ini didanai oleh DIPA Poltekba Tahun Anggaran 2020. Terimakasih kami sampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Balikpapan atas dukungan dana yang diberikan sehingga penelitian ini bisa terlaksana

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan Malayu S.P (2015). *Dasar-Dasar Perbankan*. Bumi Aksara. Jakarta
- Sangadji, Etta Mamang (2013). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran. Indeks*. Jakarta
- Laksana, Fajar (2008). *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. 2014. Jakarta. Penerbit Salemba Empat
- Sugiyono, (2010) *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono.(2012) . *Service Management*. Penerbit Andi. Yogyakarta