

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENERIMA KREDIT PADA BANK RAKYAT INDONESIA UNIT WANEA MANADO

Cynthia Lintang¹

**Dr. Ir. Charles R. Ngangi, MS., Melissa Lady G. Tarore, SP, MSi,
Lorraine W. Th. Sondakh, SP, MP²**

Abstrak

The objective of this research is to determine the quality service that influence concerning the satisfaction of credit customer of Bank Rakyat Indonesia Unit Wanea. The research is implemented in Bank Rakyat Indonesia Unit Wanea from September 2012 to November 2012.

This research use primary data and secondary data. The Source of primary data is collected from a direct interview with the customer of Bank BRI, based on the listed questions. The source of secondary data is collected from the related intitutions. In this research, the collection of sample uses “accidental sampling” method with a total of 90 interviewed respondents. The research is quantitative so the collected data from the respondents by questioner is appropriate with Likert Scale and is tabulated with multiple linear regression statistical analysis with a computer software. The method and data analysis use descriptive technique analysis method and statistical Inferensial analysis technique.

The result of research showed the contribution of service quality Bank Rakyat Indonesia Unit Wanea Manado in form of professionalism and skill (X_1), attitude and behavior (X_2), accessibility and flexibility (X_3), reliability and trustworthiness (X_4), reputation and credibility (X_5), and servicescape (X_6) that simultaneously described the satisfaction of the customers of BRI Unit Wanea in the amount of 62,1 percent. Then from the six variables the most influential variable towards the satisfaction of customers was the reputation and credibility (X_5).

PENDAHULUAN

Era globalisasi, membuat persaingan bisnis menjadi sangat ketat. Kualitas pelayanan yang bermutu dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Perbankan mempunyai peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian suatu negara.

¹ Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi
Pertanian Fakultas Pertanian Unsrat

² Dosen Pembimbing

Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu saat ini dan dimasa yang akan datang kegiatan perekonomian tidak akan terlepas dari dunia perbankan, dalam hal hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial ataupun perusahaan. Pertumbuhan perekonomian dewasa ini, yang telah memasuki era globalisasi dibarengi dengan pesatnya kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, maka masyarakat terdorong untuk mengerti betapa peranan perbankan sangatlah penting untuk menunjang aktivitas pembangunan di bidang ekonomi,

seperti melayani kebutuhan masyarakat baik yang berbentuk barang atau jasa. Salah satu bidang jasa yang mengalami perubahan dan perkembangan dewasa ini adalah sektor perbankan.

Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa. Saat ini perbankan telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh Bank Rakyat Indonesia untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Bank Rakyat Indonesia adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Priyayi Purwokerto”, suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri

tanggal 16 desember 1895 yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran Bank BRI.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 2000). Kualitas jasa mempunyai karakteristik yang unik yaitu tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisah antara produksi dan konsumsi (*inseparability*), outputnya tidak berstandar (*variability*), dan tidak dapat disimpan (*perishability*). Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan bukan berdasarkan persepsi penyedia pelayanan, tetapi berdasarkan persepsi konsumen terhadap proses pemberian pelayanan secara menyeluruh (Kotler, 1997).

Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami secara seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan

tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Perlu dipahami pula bahwa kualitas tidak boleh dipandang sebagai suatu ukuran sempit hanya dari kualitas produk dan jasa semata. Kualitas meliputi keseluruhan aspek organisasi. Seperti Groonroos (2000) menyatakan bahwa ada tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas pelayanan, yaitu *outcome-related*, *process-related*, dan *image-related criteria*. Ketiga kriteria tersebut dapat dijabarkan menjadi enam unsur, yaitu :

1. Sikap Profesional dan Keterampilan (*Professionalism and Skill*)
2. Sikap dan Tingkah Laku (*Attitudes and Behavior*)
3. Hal yang Mudah Dicapai dan Cepat Menyesuaikan (*Accessibility and Flexibility*)
4. Kenyataan dan Sifat Dapat Dipercaya (*Reliability and Trustworthiness*)

5. Nama Baik dan Kepercayaan (*Reputation and Credibility*)
6. Bukti Fisik Jasa (*Servicescape*)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua macam data yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh langsung dari nasabah Bank BRI unit Wanea Manado. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari instansi terkait. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode survey, dengan menggunakan daftar pertanyaan/kuisisioner yang disampaikan langsung kepada responden.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode pengambilan sampel secara kebetulan (*accidental sampling*), dengan jumlah responden yang didapat sebanyak 90 responden.

Variabel-variabel penilaian kualitas pelayanan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel *dependen* atau terikat (Y), adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

- b. Variabel *Independen* atau bebas (x), adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat).

- (1). Variabel sikap profesional dan keterampilan (x_1)
- (2). Variabel sikap dan tingkah laku (x_2)
- (3). Variabel hal yang mudah dicapai dan cepat menyesuaikan (x_3)
- (4). Variabel kenyataan dan sifat dapat dipercaya (x_4)
- (5). Variabel nama baik dan kepercayaan (x_5)
- (6). Variabel bukti fisik jasa (x_6)

Penelitian ini bersifat kuantitatif maka data yang diperoleh dari responden lewat kuisisioner sesuai dengan skala Likert kemudian ditabulasi dengan menggunakan analisis statistik Regresi Linier Berganda melalui program SPSS 20.

Metode dan analisis data menggunakan 2 metode :

- 1) Teknik analisis deskriptif, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan objek penelitian.

2) Teknik analisa statistik diferensial (uji regresi linier berganda).

1. Uji Regresi Linier Berganda

$$Y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + b_5 x_5 + b_6 x_6 + E$$

2. Uji F = dari hasil perhitungan regresi linier berganda akan diperoleh Parameter, F dan Adjusted R Square.

3. Uji T = digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Bank Rakyat Indonesia

Bank Rakyat Indonesia didirikan pada tahun 1895, selama masa kolonial Belanda sebagai “De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden”, oleh Raden Aria Wirjaatmadja. Kemudian berganti nama “Hulp-en Spaarbank der Inlandsche Bestuurs Ambtenaren” (Translete: Aid and Savings Bank for Local Civil Servants).

Perkembangan tingkat persaingan pada dunia perbankan semakin tinggi, sehingga keunggulan diperlukan untuk memenangkan kompetisi tersebut. Bank BRI menyadari sepenuhnya bahwa untuk menjadi bank yang terkemuka, mutlak diperlukan pembenahan kedalam (konsolidasi). Bank BRI mengawali pembenahan dengan menggali keunggulan kompetitif yang ada dengan mengedepankan mengenai pelayanan yang bertujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dalam melakukan upaya pembenahan, Bank BRI memiliki visi yaitu : “Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah”. Bank BRI berupaya mengubah diri menjadi bank modern yang berorientasi pada pasar (*market oriented*).

4.2 Karakteristik Responden

1). Lamanya menjadi nasabah penerima kredit Bank BRI unit Wanea.

Bahwa lamanya responden menjadi nasabah yang persentasenya paling besar terdapat pada 5 – 10 tahun yaitu 47 persen dengan jumlah responden 42 orang dari 90

responden. Sedangkan responden yang sudah diatas 10 tahun menjadi nasabah, menjadi persentase yang paling rendah dengan 1 persen. Dengan memiliki persentase 3 persen berada pada lamanya < 6 bulan dan 6 bulan – 1 tahun. Persentase 18 persen berada pada lamanya 1 – 3 tahun, dan persentase 28 persen berada pada lamanya 3 – 5 tahun.

2). Menurut tingkat usia

Bahwa usia responden bervariasi antara 20 – 59 tahun. Terlihat bahwa responden menurut usia yang paling dominan yaitu pada kelompok umur 40 tahun sampai 49 tahun yang berjumlah 38 responden, selanjutnya diikuti oleh kelompok umur 30 tahun sampai 39 tahun dengan 30 responden.

3). Menurut tingkat pendidikan

Bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat pendidikan SMU dengan persentase 51 persen, sedangkan dengan persentase tertinggi berikutnya yaitu 33 persen pada tingkat pendidikan S-1. Tingkat pendidikan S-2 dan akademi memiliki persentase yang paling rendah

4). Menurut jenis pekerjaan

Bahwa responden yang paling dominan yaitu memiliki

pekerjaan sebagai PNS sebanyak 58 orang dengan persentase 65 persen, kemudian diikuti dengan persentase 29 persen pada jenis pekerjaan wiraswasta, sedangkan pelajar/mahasiswa serta karyawan swasta dan Dokter berada pada persentase terendah. Dari distribusi responden menurut jenis pekerjaan terlihat bahwa yang paling dominan nasabah yang mengambil kredit adalah PNS sebanyak 58 orang.

5). Menurut jenis kelamin

Bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki diperoleh persentase 71 persen dengan jumlah responden laki-laki 64 orang, lebih banyak dari responden yang berjenis kelamin perempuan hanya 29 persen dengan jumlah 26 orang.

Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen. analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara *independent variable* dengan *dependent variable* apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

1). Sikap Profesional dan Keterampilan

Koefisien regresi Sikap Profesional dan keterampilan pada Tabel 14 diperoleh sebesar 0,021 (positif) yang berarti apabila X_1 meningkat 1 satuan, dengan asumsi variabel *Independen* lainnya tetap, maka kepuasan nasabah di BRI unit wanea akan meningkat sebesar 0,021 satuan.

2). Sikap dan Tingkah Laku

Koefisien regresi Sikap dan Tingkah Laku pada Tabel 14 diperoleh sebesar 0,197 (positif) yang berarti apabila X_2 meningkat 1 satuan, dengan asumsi variabel *Independen* lainnya tetap, maka kepuasan nasabah di BRI unit wanea akan meningkat sebesar 0,197 satuan.

3). Hal yang Mudah Dicapai dan Cepat Menyesuaikan

Koefisien regresi Hal yang Mudah Dicapai dan Cepat Menyesuaikan pada Tabel 14 diperoleh sebesar 0,399 (positif) yang berarti apabila X_3 meningkat 1 satuan, dengan asumsi variabel *Independen* lainnya tetap, maka

kepuasan nasabah di BRI unit wanea akan meningkat sebesar 0,399 satuan.

4). Kenyataan dan Sifat Dapat Dipercaya

Koefisien regresi Kenyataan dan Sifat Dapat Dipercaya pada Tabel 14 diperoleh sebesar 0,369 (positif) yang berarti apabila X_4 meningkat 1 satuan, dengan asumsi variabel *Independen* lainnya tetap, maka kepuasan nasabah di BRI unit wanea akan meningkat sebesar 0,369 satuan.

5). Nama Baik dan Kepercayaan

Koefisien regresi Nama Baik dan Kepercayaan pada Tabel 14 diperoleh sebesar 0,528 (positif) apabila X_5 meningkat 1 satuan, dengan asumsi variabel *Independen* lainnya tetap, maka kepuasan nasabah di BRI unit wanea akan meningkat sebesar 0,528 satuan.

6). Bukti Fisik Jasa

Koefisien regresi Bukti Fisik Jasa pada Tabel 14 diperoleh sebesar 0,117 (positif) yang berarti apabila X_6 meningkat 1 satuan, dengan asumsi variabel *Independen* lainnya tetap, maka kepuasan nasabah di BRI unit wanea akan meningkat sebesar 0,117 satuan.

4.4 Pengaruh Secara Simultan Antara Enam Variabel

Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 25,304 dengan signifikan 0,000 (dibawah 0,05). Hasil F_{hitung} bila kita bandingkan dengan F_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikan yang ditetapkan adalah $=0,05$. Besarnya nilai F_{tabel} tersebut yaitu sebesar 2,2099. F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $25,304 > 2,2099$.

Koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang dinyatakan pada model summary sebesar 0,621 yang berarti bahwa sekitar 62,1 persen variasi atau perubahan-perubahan pada kualitas pelayanan yaitu variabel Sikap Profesional dan Keterampilan (x_1), Sikap dan Tingkah Laku (x_2), Hal yang Mudah Dicapai dan Cepat Menyesuaikan (x_3), Kenyataan dan Sifat Dapat Dipercaya (x_4), Nama Baik dan Kepercayaan (x_5), Bukti Fisik Jasa (x_6) terhadap kepuasan nasabah (Y), secara simultan. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 37,9 persen diterangkan oleh variabel lain.

4.5 Pengaruh Masing-Masing Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Nilai uji t menunjukkan apakah memang terdapat pengaruh yang signifikan secara individual antara variabel Independen dan Dependen. Pengaruh secara individual ditunjukkan dari nilai Sig. Uji t. Jika nilai Sig. Uji t $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel.

1). Pengaruh Sikap Profesional dan Keterampilan terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil perhitungan pada Tabel 14 diperoleh koefisien regresi Sikap Profesional dan Keterampilan sebesar 0,021 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan t statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 0,295 dan $p = 0,769$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,295 > 1,9890$) dan $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

2). Pengaruh Sikap dan Tingkah Laku terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil perhitungan pada Tabel 14 diperoleh koefisien regresi Sikap dan Tingkah Laku sebesar 0,197 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan t statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 1,690 dan $p = 0,095$. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,690$

<1,9890) dan $p < 0,05$, maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

3). Pengaruh Hal yang Mudah Dicapai dan Cepat Menyesuaikan terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil perhitungan pada Tabel 14 diperoleh koefisien regresi Hal yang Mudah Dicapai dan Cepat Menyesuaikan sebesar 0,399 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan t statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 3.069 dan $p = 0,003$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.069 > 1,9890$) dan $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.

4). Pengaruh Kenyataan dan Sifat Dapat Dipercaya terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil perhitungan pada Tabel 14 diperoleh koefisien regresi Kenyataan dan Sifat Dapat Dipercaya sebesar 0.369 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan t statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 5.131 dan $p = 0.000$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.131 > 1,9890$) dan $p > 0,05$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.

5). Pengaruh Nama Baik dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil perhitungan pada Tabel 14 diperoleh koefisien regresi

Nama Baik dan Kepercayaan sebesar 0.528 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan t statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 0.528 dan $p = 0, .307$. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1.028 < 1,9890$) dan $p > 0,05$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.

6). Pengaruh Bukti Fisik Jasa terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil perhitungan pada Tabel 14 diperoleh koefisien regresi Kepuasan sebesar 0,117 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan t statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 3.938 dan $p = .000$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.938 > 1,9890$) dan $p < 0,05$, maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak. Bukti Fisik Jasa adalah pelanggan merasa bahwa kondisi fisik dan aspek lingkungan (*service encounter*) lainnya mendukung pengalaman positif atas proses jasa. Jadi Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka kesimpulan adalah besarnya kontribusi kualitas pelayanan Bank BRI Unit Wanea Manado berupa kemampuan Sikap Profesional dan Keterampilan, Sikap dan Tingkah

Laku, Hal yang Mudah Dicapai dan Cepat Menyesuaikan, Kenyataan dan Sifat Dapat Dipercaya, Nama Baik dan Kepercayaan, Bukti Fisik Jasa, secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi kepuasan nasabah. Nilai kepuasan nasabah Bank BRI Unit Wanea sebesar 62,1 persen. Dari ke-enam variabel kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu variabel Nama Baik dan Kepercayaan dengan berpengaruh positif dan signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang. Lerbin. R. 2005. *Kepuasan Pelanggan : Pengukuran Dan Penganalisa Dengan SPSS*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Cook. S. 2002. *Costumer Care Excellence : Cara Untuk Mencapai Costumer Focus*. Penerbit PPM. Jakarta.
- Ethaitammy. 2001. *Kualitas Pelayanan*. Edisi 1, Cet. II. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Gasperz. V. 1997. *Manajemen Kualitas : Penerapan Konsep-konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Groonroos. 2000. *Tiga Kriteria Pokok Dalam Menilai Kualitas Pelayanan*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Hasibuan. S. P. Malayu, H. 2001. *Dasar-dasar Perbankan*. Cetakan Pertama. Penerbit Balai Aksara, Jakarta.
- Irawan. Hadi. 2002. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Kotler. Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium II, Jilid II. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Macauley. S. 1996. *Kiat Meningkatkan Pelayanan Bagi Pelanggan*. Terjemahan Yosua Sompodu. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Parasuraman. A. Zeithaml, V. A. dan L. L Berry. 1994. *Reassessment of Expectation as a Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implication for further Research*. Journal of Marketing.

- Sugiyono. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Suprpto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sutojo. Siswanto. 2005. *Analisa Kredit Bank Umum – Konsep dan Teknik*. Lembaga pendidikan dan Pembinaan. Jakarta.
- Tjiptono. Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2004. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Undang - Undang Perbankan Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

