

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tumpaan

Mutiara Theadora Betania
Lucky F. Tamengkel
Joula J. Rogahang

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email: nbetania176@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Bank BRI Overlapping Units. The type of research used is Quantitative Descriptive. The processed data is the result of distributing questionnaires to customers at the BRI Unit Tumpaan bank. Using a population of 60 people and a sample of 60. The data analysis technique used is simple linear regression. Based on the results of the study that the effect of service quality has a significant effect on customer satisfaction at Bank BRI Unit Accumulation.*

Keywords: *Service quality and customer satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tumpaan. Jenis penelitian yang di gunakan adalah Deskriptif Kuantitatif. Data yang di olah adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada nasabah pada bank BRI Unit Tumpaan. Dengan menggunakan populasi sebanyak 60 orang dan sampel sebanyak 60. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil penelitian bahwa Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Tumpaan.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan dan Kepuasan nasabah

Pendahuluan

Dunia usaha semakin kompetitif di era globalisasi saat ini. Untuk dapat bersaing di pasar, pelaku bisnis harus dapat memaksimalkan kinerja organisasinya. Bisnis harus berusaha untuk memahami dan belajar tentang persyaratan dan keinginan klien mereka. Dengan memahami kebutuhan - kebutuhan, dan permintaan klien, akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perusahaan untuk sistem promosi konfigurasi sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan klien mereka (Kotler dan Armstrong, 2001).

Menurut Thio (2001), dalam situasi dan kondisi persaingan yang ketat seperti ini, kepuasan pelanggan harus didahulukan agar bisnis jasa dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Pilihan atau kekecewaan klien menjadi masalah yang menarik untuk diperiksa dan diolok-olok di setiap pintu terbuka sehingga dipahami bahwa

nilai pada dasarnya adalah perpaduan dari beberapa variabel, termasuk kualitas dan perawatan klien.

Kebahagiaan pelanggan didasarkan pada kaliber produk atau layanan yang dicari pelanggan, oleh karena itu jaminan kualitas menjadi perhatian utama bagi setiap bisnis sebagai tolak ukur daya saingnya. Dari perspektif pelanggan, kualitas layanan dalam bisnis yang menyediakan layanan sangat penting. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut (Gronross 2000).

Konsumen memang harus diperlakukan seperti raja, namun bukan berarti mereka harus diberikan kendali penuh. "Situasi menang-menang" adalah situasi di mana kedua belah pihak merasa puas atau tidak ada yang dirugikan. Artinya, upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen harus menguntungkan atau berlangsung dalam skenario ini. Agar perusahaan atau bisnis dapat

terus beroperasi, mempertahankan keberadaan klien ini adalah sesuatu yang cukup vital. (Chandra dan Danny, 2001).

Pada dunia perbankan, teknologi yang semakin maju membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk lebih mudah dan gampang untuk ditiru. Untuk itulah, pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan. Hal tersebut dapat memberikan nilai lebih bagi perusahaan di mata para pesaing.

BRI KCP Unit Minahasa Selatan menyadari sepenuhnya pentingnya kualitas layanan dalam membina kebahagiaan nasabah. Pelanggan yang semakin tidak puas dengan pelayanan yang diterimanya membuat BRI KCP Unit Minahasa Selatan harus dapat melakukan operasional operasional seefektif mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik. Korporasi dapat menilai tingkat kepuasan klien terhadap pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan dengan melihat naik turunnya jumlah konsumen dari tahun ke tahun.

Seiring meningkatnya kebutuhan untuk memecahkan masalah keuangan, hal itu menghadirkan peluang bagi bank dan perusahaan yang beroperasi di bidang yang sama.

Oleh karena itu, bank dan perusahaan yang bergerak di bidang yang sama harus dapat melayani nasabahnya dengan baik. Bank harus memberikan pelayanan yang dapat diterima atau dianggap dapat memenuhi atau melampaui harapan nasabah agar dapat menghasilkan kualitas pelayanan yang tinggi. Semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap layanan yang dibandingkan dengan harapan mereka, semakin bahagia pelanggan tersebut.

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tumpaan"

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tumpaan.

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

pada PT. Bank BRI Unit Tumpaan Kabupaten Minahasa Selatan.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Layanan yang memenuhi standar kualitas tinggi dianggap sangat baik. Kenyamanan, kecepatan, ketepatan, kehandalan, dan empati penyedia layanan dalam menyediakan dan memberikan layanan kepada pelanggan meninggalkan kesan abadi yang dapat langsung dirasakan oleh pelanggan.

Definisi pelayanan menurut Gronroos, yaitu : "Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan" Gronroos (1990:27) .

Dalam Hendro dan Syamswana (2017), Kotler menyatakan bahwa konsep pelayanan mencakup setiap aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak untuk pihak lain yang pada hakekatnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kekayaan. Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan: 681) Kualitas layanan mencakup semua fitur dan karakteristik produk atau layanan yang mendukung kapasitasnya untuk memenuhi persyaratan secara langsung atau tidak langsung.

Adapun indikator – indikator dari kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1999), ada lima dimensi utama yang disusun dalam urutan kepentingan relatif sebagai berikut Bukti fisik (tangibles), Reliabilitas (reliability), Daya tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance) dan Empati (emphaty).

Kepuasan Nasabah

Pentingnya nasabah bagi bank sangatlah penting. Pelanggan seperti bernapas memiliki dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan bank.

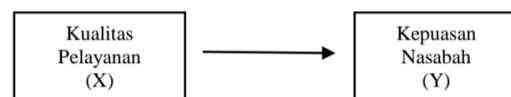
Menurut Djaslim Saladin, dalam bukunya Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran

Bank yang dikutip dari referensi Kamus Perbankan, mengungkapkan bahwa “Nasabah adalah orang atau badan yang memiliki rekening tabungan atau pinjaman di bank.” (Saladino, 1994). Selanjutnya Komaruddin menyatakan dalam Dictionary of Banking-nya bahwa “nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening giro atau deposito atau tabungan lain yang sejenis dengan bank” (Komaruddin, 1994).

Kontribusi yang diberikan setiap orang terhadap penyampaian layanan sangat penting dan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Arief, 2007:166). Berikut adalah definisi dari para ahli tentang pengertian kepuasan pelanggan Menurut (Kotler, 2000), kepuasan pelanggan adalah keadaan emosional seseorang setelah membandingkan aktivitas yang dia kenal atau, tentu saja, seperti yang diharapkan. Richard F. Gerson adalah yang lainnya. Ketika harapan terpenuhi atau terlampaui, pelanggan melaporkan perasaan puas. Wiki (Tjipton, 2007:349) berpendapat bahwa reaksi emosional konsumen terhadap suatu produk atau layanan dapat digunakan untuk menilai kebahagiaan mereka secara keseluruhan terhadap produk atau layanan tersebut. Setelah barang atau jasa digunakan atau dibeli, pelanggan merasa puas. Pilihan untuk membeli kembali barang atau jasa ada pada konsumen. Kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa Latin “satis yang artinya cukup baik, memadai dan facio yang berarti melakukan atau membuat.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka itu artinya pelanggan puas. Menurut Simamora (2003:18) kepuasan pelanggan adalah hasil pengalaman terhadap produk. Ini adalah perasaan yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja.

Adapun indikatornya yaitu Penampilan, Minat untuk menggunakan produk, Merekomendasikan untuk menggunakan produk dan Keyakinan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

H: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Tumpaam.

Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 60 responden PT. Bank BRI Unit Tumpaam. Pengambilan sampel tanpa probabilitas digunakan dalam penyelidikan ini. Metode pengambilan sampel yang dikenal sebagai pengambilan sampel bebas probabilitas tidak memberikan setiap item atau orang peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel dari populasi. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 responden dengan membagikan kuesioner. Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya. Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien regresi, koefisien determinasi dan uji t parsial.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan diketahui bahwa seluruh pernyataan untuk variabel *kualitas pelayanan* memiliki nilai rata-rata sebesar 0.8080 dan variabel *kepuasan nasabah* memiliki nilai rata-rata sebesar 0.8202. Uji validitas kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berdasarkan nilai korelasi melalui perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} diperoleh hasil bahwa seluruh nilai r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari nilai r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel pernyataan yang ada dalam penelitian ini adalah valid. Dan untuk nilai r_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 0.2542.

Uji Reliabilitas

NAMA VARIABEL	ALPHA CRONBACH'S	KETERANGAN
Kualitas Pelayanan (X)	0,9838	Reliable
Kepuasan Nasabah (Y)	0,9857	Reliable

Sumber : hasil olah data excel

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa hasil uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* pada variabel (X) yaitu 0,9838, dan hasil uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* pada variabel (Y) yaitu 0,9857. lewat hasil uji yang ada maka dapat dinyatakan bahwa semua pengukur variabel dari kuesioner hasilnya adalah reliable. Dengan demikian bahwa pertanyaan dalam kuesioner ini reliable karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

Analisis Koefisien Korelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	0,833	0,694	0,689	0,654

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
Sumber : hasil olah data excel

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di bank BRI unit Tumpaan (*multiple R*) pada Tabel diperoleh nilai sebesar 0,833 dapat dijelaskan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat.

Analisis Regresi Sederhana

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%
Intercept	0,66	0,33	1,97	0,05	-0,01	1,33
Kualitas pelayanan	1,02	0,09	11,47	0,00	0,84	1,19

Sumber : hasil olah data excel

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel tersebut di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 0,66 X$

+ 1,02, berdasarkan persamaan ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Intercept (konstanta) sebesar 0,66 memiliki arti bahwa jika kualitas pelayanan tidak ada (bernilai nol) maka terdapat nilai kepuasan nasabah sebesar 0,66 point.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 1,02 bernilai positif artinya setiap ada kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1,02 maka nilai kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 1,02 point.

Uji Koefisien Determinasi R²

Regression Statistics	
Multiple R	0,833
R Square	0,694
Adjusted R Square	0,689
Standard Error	0,654
Observations	60,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
Sumber : hasil olah data excel

Adapun hasil analisis koefisien determinasi pada Tabel Hasil analisis koefisien korelasi diperoleh nilai sebesar 0,694. Hasil ini menjelaskan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 69,39%. Hal ini ditunjukkan dengan penentuan sebesar 0,6939%. Hal ini berarti bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh kualitas layanan (X) sebesar 69,39% sedangkan sisanya sebesar 30,61% dipengaruhi oleh variabel lain atau faktor lain yang tidak amati dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	56,219	56,219	131,495	0,000
Residual	58	24,797	0,428		
Total	59	81,016			

Sumber : hasil olah data excel

Dari hasil perhitungan pada Tabel, diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas layanan (X) sebesar 11,47 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 4,004. Hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$

dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Tumpaan Kabupaten Minahasa Selatan.

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil uji regresi sederhana menyatakan bahwa nilai konstanta yang didapat mengandung arti bahwa nilai variabel kepuasan nasabah adalah konsisten. Kemudian koefisien korelasi menyatakan bahwa nilai yang didapat adalah positif yang berarti variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan nasabah memiliki hubungan yang sangat kuat atau berkorelasi. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi memperoleh nilai positif yang menyatakan terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah sedangkan sisannya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berikut berdasarkan hasil analisis menunjukkan hasil uji parsial memperoleh nilai signifikansi artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka akan timbul kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Tumpaan Kabupaten Minahasa Selatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diandra Gabriela Nelwan, William Agustinus Areros, Johny Revo Elia Tampi. (2016), dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Manado*" menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri atas variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Krissanto Kusame, J.R.E Tampi, Tinneke M. Tumbel. (2016), dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Batara Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor*

Cabang Manado" menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil perhitungan di atas di dapat nilai koefisien korelasi yang memberikan petunjuk tentang hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan, peneliti kemudian menarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Tumpaan sangat membantu kepuasan nasabah dan dapat lebih meningkatkan kepuasan nasabah, pihak bank BRI Unit Tumpaan perlu melakukan inovasi atau terobosan dalam pelayanan kepada nasabah.

Referensi

- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12- 37
- Arief, 2007, Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan, Bayumedia Publishing, Malang.
- Bilson Simamora, (2003), Panduan Riset Perilaku Konsumen, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Umum.
- Chandra, Filicia dan Theresia Widyaratna Danny, 2001, "Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, Vol. 2: 85-95.
- Diandra Gabriela Nelwan, William Agustinus Areros, Johny Revo Elia Tampi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Manado*
- Gronroos, C. (2000). *Service Management And Marketing: A Customer Relationship Management Approach* (2nd ed). Chichester: John Wiley and Sons, Ltd.
- Hendro Yuwono, Syamswana Yuwana. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan*

- Konsumen Pada Toko King Di Malang.
Jurnal Manajemen. Vol. 2, No. 2
- Krissanto Kusame, J.R.E Tampi, Tinneke M. Tumbel. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Nasabah Tabungan Batara Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Manado*
- Komaruddin, 1994, Ensiklopedia Manajemen, Edisi ke-2, Jakarta: Bina Aksara.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1; Jakarta: Indeks, 2009.
- Thio, S. (2001, Maret). Membangun *service quality* untuk mencapai kepuasan konsumen di *Hospitality*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3, 61-71.
- Fandy Tjiptono, 2007, Strategi Pemasaran. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.