



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK MEGA, TBK CABANG MAKASSAR DAYA

The effect of Service Quality to Costumers' Satisfaction of PT. Bank Mega Branch Makassar Daya

Ikrar Putra Setiawan

Manajemen, STIE AMKOP
email: ikrar@stieamkop.ac.id

Muhammad Fachmi

Manajemen, PPs STIE AMKOP
email: muh_fachmi@stieamkop.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Mega, Tbk Cabang Makassar Daya dengan jumlah populasi sebanyak 300 orang nasabah. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik sampling sederhana secara acak dengan jumlah sampel sebanyak 75 orang nasabah. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, ketika pelayanan kepada nasabah di PT. Bank Mega, Tbk Cabang Makassar Daya semakin baik maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat, sebaliknya ketika pelayanan kepada nasabah di PT. Bank Mega, Tbk Cabang Makassar Daya semakin buruk maka kepuasan nasabah akan semakin menurun

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

The aim of the study was to know the effect of Service Quality to Costumers' Satisfaction. The study was condute in the PT. Bank Mega Branch Makassar Daya, with population of 300 costumers. Sample was the random sampling with 75 teachers as samples. Analysis of the data in this study using multiple linear regression analysis. The result of study indicates that Service Quality has positive and significant influence to Costumers' Satisfaction. That is, when the service to customers in PT. Bank Mega, Tbk Makassar Branch The better the customer's satisfaction will be increased, whereas when the service to customers in PT. Bank Mega, Tbk Makassar Branch The more bad the customer's satisfaction will decrease

Keyword: *Service Quality, Costumers' Satisfaction*

PENDAHULUAN

Pembahasan terkait dengan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan atau konsumen telah menjadi perhatian utama bagi seluruh pimpinan perusahaan bahkan berbagai berbagai media telah banyak mengulas tentang konsep kepuasan pelanggan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2007) bahwa Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen.

Fornell dalam Aryani dan Rosinta (2010) bahwa banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan maka diperlukan faktor pendorong salah satunya adalah melihat kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada nasabah.

Menurut para akademisi, kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan (Oliver dalam Aryani dan Rosinta, 2010). Kualitas layanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen (Parasuraman, *et al.*, dalam Purnama, 2006). Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan.

Terkait dengan objek penelitian ini yaitu pada industri perbankan yang bergerak di sektor jasa, kepuasan pelanggan menjadi salah satu hal penting yang perlu diperhatikan. Salah satu perusahaan perbankan di kota Makassar yakni PT. Bank Mega, Tbk Cabang Makassar Daya, berupaya untuk berfokus kepada kepuasan nasabah. Dalam hal ini yang mempunyai andil besar dalam memberikan pelayanan serta kepuasan kepada pelanggan adalah karyawan itu sendiri. Dalam industri perbankan, karyawan terutama karyawan *front liner* berfungsi sebagai perantara perusahaan. Para karyawan ini bertugas untuk menyampaikan produk serta pelayanan yang

dimiliki perusahaan. Mereka diharuskan untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menarik minat peneliti untuk menganalisis lebih lanjut apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah mampu mempengaruhi kepuasan nasabah atau sebaliknya.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

a. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2009: 169) adalah "*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*". Artinya bahwa kualitas adalah keseluruhan dari fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2005) menyatakan bahwa *service quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan".

Dalam pengukuran kualitas pelayanan dalam penelitian ini dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang diadopsi berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (*Service Quality*) Parasuraman, *et al* dalam Tjiptono dan Chandra (2007) yang meliputi dimensi Bukti fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Responsivitas atau daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*) dan Empati (*empathy*); yang indikator pengukurannya sebagai berikut:

1. Fasilitas fisik yang bagus, bersih, dan memadai (*tangibles*).
2. Karyawan yang rapi dan sopan (*tangibles*).
3. Ketepatan waktu pelayanan (*reliability*).
4. kesungguhan dalam melayani konsumen (*reliability*).
5. Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan (*responsiveness*)
6. Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi (*responsiveness*)
7. Perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan (*assurance*).
8. Kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (*assurance*).
9. Perhatian karyawan secara pribadi kepada konsumen (*empathy*).
10. Pemahaman kebutuhan konsumen (*empathy*).

b. Kepuasan Pelanggan

Menurut Sumarwan (2003) kepuasan adalah tingkat pesaraan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. definisi lain menurut Kotler dan Keller (2009: 164), "*Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product's perceived performance (or outcome) to their expectations*". Artinya kepuasan adalah sebagai perasaan pelanggan yang puas atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) dengan ekspektasi pelanggan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan dalam hal ini kepuasan nasabah Bank Mega, diadopsi berdasarkan indikator kepuasan yang digunakan dalam penelitian Pribadi, *et al* (2007) dan Muhammad (2009) yakni:

- a) Rasa senang,

- b) Kepuasan terhadap pelayanan,
- c) Kepuasan terhadap sistem,
- d) Kepuasan terhadap produk
- e) *Share positive information*
- f) Tidak komplain

c. Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang dan masalah pokok diatas, maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah Diduga bahwa kualitas pelayanan PT. Bank Mega, Tbk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega, Tbk Cabang Makassar Daya.

METODE PENELITIAN

Tempat penelitian berlokasi pada PT. Bank Mega, Tbk Cabang Makassar Daya. populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank Mega, Tbk Cabang Makassar Daya sebanyak 300 orang nasabah. Adapun teknik penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini berdasarkan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N)(e)^2} = \frac{300}{1 + (300)(0,1)^2} = 75$$

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini yakni sebanyak 75 orang nasabah.

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan adalah analisis regresi linear sederhana dengan pengujian hipotesis melalui uji t.

HASIL PENELITIAN

a. Uji Validitas

Tabel 1.
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

| Item | r-hitung | | Cut of Point | Signifikan | Keterangan |
|-------|----------|---|--------------|------------|------------|
| X2.1 | 0,762 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| X2.2 | 0,741 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| X2.3 | 0,847 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| X2.4 | 0,779 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| X2.5 | 0,775 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| X2.6 | 0,671 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| X2.7 | 0,736 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| X2.8 | 0,819 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| X2.9 | 0,654 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| X2.10 | 0,797 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 1 tersebut terlihat bahwa nilai r lebih besar dari *cut of point* 0,3 dan berada pada taraf signifikan $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir angket pertanyaan kualitas pelayanan adalah valid dan layak untuk dijadikan sebagai instrument penelitian.

Tabel 2
Uji Validitas Variabel Kepuasan nasabah

| Item | r-hitung | | Cut of Point | Signifikan | Keterangan |
|------|--------------|---|--------------|--------------|--------------|
| Y.1 | 0,779 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| Y.2 | 0,781 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| Y.3 | 0,800 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| Y.4 | 0,670 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| Y.5 | 0,812 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |
| Y.6 | 0,799 | > | 0,3 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 2 tersebut terlihat bahwa nilai r lebih besar dari *cut of point* 0,3 dan berada pada taraf signifikan $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir angket pertanyaan kepuasan nasabah adalah valid dan layak untuk dijadikan sebagai instrument penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Berikut ini hasil uji reliabilitas variabel penelitian:

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

| No | Variabel | Cronbach's Alpha |
|----|--------------------|------------------|
| 1. | Kualitas Pelayanan | 0,918 |
| 2. | Kepuasan Nasabah | 0,865 |

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3 nilai *Cronbach's Alpha* adalah masing-masing variabel yaitu antara 0,823 sampai dengan 0,918, dimana nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir pertanyaan pada kuesioner adalah baik (dapat diandalkan).

c. Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian t statistik dua arah, tingkat signifikansi (α) = 5% dan nilai df (*Degree of Freedom*) sebesar 73 ($df = n - k = 75 - 3 = 72$), diperoleh t -tabel sebesar 1,993; maka menghasilkan pengujian t statistik sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Hipotesis

| Model | Coefficients ^a | | | | t | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta | | | |
| | B | Std. Error | | | | |
| 1 (Constant) | 5.984 | 1.887 | | 3.172 | .002 | |
| Kualitas Pelayanan | .448 | .046 | .755 | 9.837 | .000 | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, diperoleh nilai t-hitung sebesar 9,837 dengan nilai Sig. t sebesar 0,000. Dari tabel statistik dengan alpha 5% (0,050), diperoleh t-tabel sebesar 1,993. Karena nilai t-hitung > t-tabel (9,837 > 1,993), dan nilai Probabilitas < 0,050 (0.000 < 0,050), hal ini mengindikasikan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Mengingat koefisien beta bertanda positif (0.755) mengindikasikan hubungannya positif atau searah, maka Hipotesis yang menyatakan "Diduga bahwa kualitas pelayanan PT. Bank Mega, Tbk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega, Tbk Cabang Makassar Daya" diterima.

d. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5
Uji Koefisien Determinasi

| Model | Model Summary | | | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .755 ^a | .570 | .564 | 1.83290 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh nilai koefisien determinasi *R Square* menunjukkan nilai sebesar sebesar 0,570 atau 57,0% yang berarti sebesar 57,0% variasi perubahan terhadap kepuasan nasabah dapat dijelaskan/dipengaruhi oleh variabel-variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang di estimasi atau variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Cabang Makassar Daya. Artinya semakin baik kualitas pelayanan perusahaan, maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah, sebaliknya semakin kurang baik kualitas pelayanan perusahaan, maka akan semakin rendah kepuasan nasabah.

Beberapa hasil penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Sebagaimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Pribadi, *et al.* (2007) bahwa aspek fisik dalam kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah; *intangible asset* dalam kualitas pelayanan

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010), menunjukkan bahwa kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibility*. Normasari, *et al* (2013) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sejalan dengan hasil beberapa penelitian sebelumnya, menegaskan kembali bahwa kualitas pelayanan yang baik akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Menurut Layuk, dalam penelitiannya Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Keterampilan Perawat Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rs Labuang Baji Makassar Terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap secara parsial terhadap Kepuasan pasien Rawat Inap RS Labuang Baji Makassar, Sehingga dapat ditarik kesimpulan, Perawat yang memiliki sikap yang positif terhadap pelayanan di ruang Rawat Inap RS Labuang Baji Makassar maka ada kecenderungan untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang baik pula melalui pengamatan dan penilaian model peran sikap yang baik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan PT. Bank Mega, Tbk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega, Tbk Cabang Makassar Daya.

REFERENSI

- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Mei – Agus 2010, hlm. 114-126.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2009. *Marketing management* (13th ed.). New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Layuk, E., Tamsah, H., & Kadir, I. (2017). PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP DAN KETERAMPILAN PERAWAT TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI RS LABUANG BAJI MAKASSAR. *Jurnal Mirai Management*, 2(2), 319-337.
- Muhammad, Hendi. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Hubungan Bisnis dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT. Degremont Indonesia)*. Tesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Normasari, Selvy., Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 6 No. 2 Desember 2013.
- Pribadi, R. Agustinus A., Syuhada Sufian, dan J. Sugiarto PH. 2007. *Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi*

Loyalitas pada BRI Cabang Blora dan Unit Online-nya. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Volume 4, Nomor, Juli.

Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas*. Edisi Pertama. Yogyakarta : EKONISIA.

Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran jasa*. Cetakan pertama. Malang : Bayumedia Publishing.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2007. Service, Quality Satisfaction. Andi Offset. Yogyakarta