

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI NASABAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK BPD BALI CAPEM UNUD

A A Ayu Ratih Permata Sari¹
I Nyoman Nurcaya²

¹Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: ratihpermata92@gmailcom/telp:+62 81 91 63 29 725

²Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

Abstrak

Perkembangan usaha perbankan telah mengalami perkembangan. Kepuasan nasabah merupakan hal penting yang dipertahankan oleh bank karena berkaitan dengan nilai keberhasilan suatu pelayanan yang diberikan. Tujuannya adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank BPD Bali Capem Unud. Penelitian ini menggunakan metode *Propotionate Random sampling*, dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil penelitian, mendapatkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah. Pihak PT. Bank BPD Bali Capem Unud sebaiknya dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan nilai nasabahnya agar mampu mempertahankan nasabah dan memperkuat citranya.

Kata kunci : *kualitas pelayanan, nilai nasabah dan kepuasan nasabah.*

Abstract

The development of banking business has been growing rapidly. Customer satisfaction is an important thing that is maintained by the bank as it pertains to the success of a value of the service provided. The purpose determined the effects of servquals and customer value on customer satisfaction's Bank BPD Bali Capem Unud. This study used a propotionate random sampling's method, with a sample size of 100 respondents. This study found that a significant and positive effect on customer satisfaction between service quality and customer value. PT. Bank BPD Bali Capem Unud suggested to improve the qualities of serviced and value for its customers to be able to retain customers and strengthen their image.

Keywords: service quality, customer value and customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan waktu kegiatan usaha jasa semakin mengalami perkembangan. Berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan, pertumbuhan ekonomi dan budaya menyebabkan konsumen semakin jeli dan selektif dalam memilih suatu produk yang akhirnya memiliki manfaat sesuai harapannya.

Salah satu usaha jasa yang telah mengalami perkembangan adalah dalam usaha perbankan. Bank adalah suatu badan usaha yang menyimpan dana dari masyarakat yang kemudian akan disalurkan kembali pada masyarakat ke dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. (Kasmir, 2010: 25).

Perkembangan bank umum di provinsi Bali mengalami peningkatan tahun 2008 sampai dengan 2012 dan mengakibatkan persaingan usaha. Mohammad dan Alhamadani (2011) mengatakan perkembangan intensitas persaingan mengakibatkan perusahaan untuk dapat memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan berusaha memenuhi harapannya.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting untuk dipertahankan oleh bank dan pengusaha karena kepuasan tersebut berkaitan langsung dengan nilai keberhasilan dari suatu produk dan pelayanan yang diberikan (Naik *et al.*, 2010). Cronin *et al.* (2000) mengatakan kepuasan pelanggan sangat diperhatikan oleh perusahaan karena berdampak pada kinerja perusahaan dimana pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang.

Kualitas pelayanan merupakan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut, keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yavas *et al.*, 2004). Berry dalam Sainy (2010) mengatakan kualitas pelayanan merupakan hal penting untuk mengetahui perilaku pelanggan, bertambahnya pelanggan dan pesaing.

Faktor selanjutnya adalah nilai nasabah yang merupakan alat strategi fundamental aktivitas pemasaran dalam menjaga nasabahnya dengan cara pemberian nilai yang tinggi yang dapat menciptakan persaingan (Esfahani *et al.*, 2012). Nilai pelanggan juga merupakan evaluasi hasil perbandingan persepsi seseorang terhadap hasil dari pelayanan, kualitas dan manfaat yang diberikan dengan pengorbanan yang dibayarnya (Zhilin dan Peterson, 2004). Menurut Agyapong (2010) nilai nasabah adalah komunikasi antara nasabah dengan suatu bank dimana terjalin hubungan setelah seseorang melakukan penilaian terhadap produk dan pelayanan yang ditawarkan.

PT. Bank Pembangunan Daerah Bali merupakan suatu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang dimiliki Pemerintah Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota se-bali yang berperan aktif dalam menggerakkan sektor riil dan meningkatkan UMKM. PT. BPD Bali memiliki 13 kantor cabang dan 31 kantor cabang pembantu, salah satunya adalah Capem Unud.

Istianto dan Tyra (2011) mengatakan, dalam mengukur kepuasan terdapat berbagai hal yang harus diperhatikan, yaitu ciri khas jasa layanan yang diberikan oleh perusahaan. Ciri khas tersebut seperti, kemudahan dalam pelayanan membuka rekening yang cepat dan tepat waktu, pemberian pelayanan yang cepat,

berkomitmen, keramahan karyawan, dan kemampuan karyawan di dalam mengatasi keluhan serta kinerja yang baik (Aga dan Safali, 2007).

Suatu kualitas pelayanan memiliki peranan penting di dalam proses evaluasi karena kepuasan pelanggan dengan pengalaman layanan memperkuat perilaku seseorang melalui *Word Of Mouth* (WOM) untuk mempengaruhi citra suatu perusahaan (Mukrehejee, 2003). kemudian baik buruknya kualitas pelayanan tidak hanya berdasarkan persepsi penyedia pelayanan, tetapi berdasarkan persepsi nasabahnya (Ravichamdran *et al.*, 2010). Persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan keyakinan nasabah akan pelayanan yang diterimanya secara menyeluruh (Shaikh *et al.*, 2011).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sriwidodo (2010) yang dimana penelitiannya dilakukan pada bank Jateng bahwa, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabahnya. Selain itu, nilai nasabah juga memiliki peranan penting dalam pemberian kepuasan nasabah. Hal tersebut didapat melalui penelitian Fathor (2010) yang mengatakan variabel nilai nasabah memiliki penilaian yang tinggi dan mempunyai signifikansi yang tinggi terhadap kepuasan nasabahnya.

Persaingan antar bank menawarkan manfaat dan pelayanan yang lebih menarik, syarat yang lebih mudah dan produk yang bervariasi. Untuk perusahaan yang tidak mampu memperhatikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan ditinggalkan oleh pelanggannya (Chenet *et al.*, 2010). Penelitian ini dilakukan yang memiliki tujuan

untuk mencari tahu mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPD Bali capem Unud.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank BPD Bali Capem Unud, dengan populasinya adalah nasabah yang menggunakan jasa PT. Bank BPD Bali Capem Unud yang berjumlah 11.467 orang nasabah. Sejumlah 100 orang responden dipilih sebagai sampel, dimana dipilih melalui proporsi produk yang disediakan PT. Bank BPD Bali capem Unud. Objek penelitian ini adalah mengukur kepuasan nasabah di PT. Bank BPD Bali Capem Unud melalui kualitas pelayanan dan nilai nasabah. Sumber dari penelitian ini di dapat secara sekunder maupun primer, dalam pengumpulan datanya dilakukan melalui kuesioner, wawancara dan observasi. Tabel 1 menunjukan variabel operasional penelitian ini

Table 1
Klasifikasi Konstruk dan Indikator Konstruk

Klasifikasi Konstruk	Konstruk	Indicator	Sumber
<i>Independent</i>	Kualitas pelayanan (X1)	1. Bukti Fisik 2. Keandalan 3. Daya Tanggap 4. Jaminan 5. Empati	- Hidayat (2009) - Suprapti (2010:286)
	Nilai nasabah (X2)	1. Nilai Produk 2. Nilai Pelayanan 3. Nilai Personel 4. Nilai Harga 5. Citra	- Kotler dan Kelller (2009) - Hidayat (2009) - Palilati (2007)

<i>Dependent</i>	Kepuasan nasabah (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attributes Related to Product</i> 2. <i>Attributes Related to Service</i> 3. <i>Disconfirmation of expectation</i> 4. <i>Overall Satisfaction</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Endarwita (2014) - Hidayat (2009)
------------------	----------------------	--	--

Teknik yang digunakan adalah analisis regresi berganda, di mana dapat melakukan prediksi antara variable bebas terhadap terikatnya. Selanjutnya, untuk menguji ketepatan variabel yang membentuk masing-masing faktor digunakan *factor analysis*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari 100 orang responden nasabah PT. Bank BPD Bali Capem Unud didapatkan hasil, sebagian besar responden pada PT. Bank BPD Bali Capem Unud didominasi oleh laki-laki. Responden pada penelitian ini sebagian besarnya berusia 37-46 tahun. Jenis pekerjaan masing-masing responden, sebagai besar berprofesi sebagai PNS. Pada katagori pendidikan, sebagian besar responden berpendidikan sarjana. Pada katagori penghasilan perbulan, sebagian responden memiliki penghasilan sebesar 1-3 juta dan katagori lama menjadi nasabah, sebagian besar responden adalah responden yang telah menjadi nasabah lebih dari 5 tahun.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Hasil pengujian dinyatakan valid dikarenakan hasil dari seluruh nilai korelasi antara 0,764 dan 0,934, yang berada diatas 0,3. Hasil uji dikatakan

reliabel karena nilai dari keseluruhan *alpha crunbach* variabel penelitian diantara 0,874 hingga 0,906, yang mana diatas 0,6.

Analisis Faktor

Tabel 2
Hasil Analisis Faktor

Nilai Validitas	Keterangan
KMO (<i>Kaiser Mayer Olkine</i>)	0,500-0,831
X2 (<i>Chi Square</i>)	43,774-225,016
<i>Significan Chi Square</i>	0.000
<i>Eigen Valeu</i>	1,000-1,600
Varian kumulative	61,611%-80,071%
<i>Anti Images</i>	0,500-0,857
<i>Factor Loading</i>	0,709-0,895

Sumber : *Output SPSS*

Berdasar dari nilai ukur Table 2, disimpulkan bahwa seluruh variable sesuai dengan tolak ukurnya, di mana nilai KMO melebihi 0,50, nilai *chi square*nya sudah diharap besar, *eign value* keseluruhan variabelnya >0,001. Nilai varians kumulatif keseluruhan variabelnya >60%, pada nilai *MSA* lebih besar dari 0,50, dan keseluruhan nilai *Loading Factor* lebih besar dari 0,50. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan hasil seluruh indakator dinyatakan valid.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pada Tabel 3 memberitahu hasil pengaruh kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank BPD Bali Capem Unud dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Tabel 3
Rekapitulasi Hasil Olahan SPSS

Regresi Linier Berganda	Y= 0,403 (X1) + 0,456 (X2)	
<i>Standart Error</i>	0,107	0,107
t-test	3,778	4,274
Sig t	0,000	0,000
R	= 0,825	
R square	= 0,681	
F ratio	= 103,616	
Sig F	= 0,000	

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pada uji normalitas mendapatkan nilai Asymp. Sig sebesar 0,272 > 0,05. Sehingga data terdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas dimana didapat nilai *tolerance* variabel independen sebesar 0,288 > 0,1 dan nilai VIF sebesar 3,467 < 10. Sehingga tidak terdapat gejala multikol. Terakhir adalah Uji heteroskedastisitas dimana didapat hasil, tingkat signifikan kedua variabel bebas di atas 0,05. Sehingga tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil ketepatan Model Regresi

Uji-F dilakukan agar mengetahui pengaruh serempak antara kualitas pelayanan dan nilai nasabah dengan kepuasan nasabah. Nilai F sig. 0,000 < 0,05, menunjukkan kedua variabel bebas (*service quality* dan *customer value*) berpengaruh serempak pada variabel kepuasan nasabah PT. Bank BPD Bali

Capem Unud. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Hidayat (2009) mengatakan bahwa terdapat pengaruh antara nilai nasabah dan kualitas pelayanan pada kepuasan nasabah.

Uji Hipotesis

Uji-t digunakan melihat pengaruh kepuasan nasabah secara parsial dari variabel kualitas pelayanan dan nilai nasabah.

1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BPD Bali Capem Unud.

Nilai t sig. $0,000 < 0,050$, menyatakan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan. Pemberian pelayanan yang terus meningkat pada PT. Bank BPD Bali Capem Unud, dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil tersebut mendukung penelitian sebelum-sebelumnya oleh Dibyantoro dkk. (2012), yang mengatakan, kelima dimensi dari kualitas pelayanan terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara. Penelitian tersebut juga didukung oleh Aliansyah, dkk.(2012) pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

2) Pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BPD Bali Capem Unud.

Nilai t sig. $0,000 < 0,050$, berarti adanya dampak diantara nilai nasabah dan kepuasan nasabah secara parsial terhadap variabel. Semakin tinggi nilai, semakin digemari produk atau jasa yang diberi PT. Bank BPD Bali Capem Unud maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah (Palitali, 2007). Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Haemoon (1999) pada industri perhotelan dan mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan dan pengaruh dari nilai pelanggan

terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut juga didukung oleh Mardikawati dan Farida (2013) pada pengguna jasa bus, Siwantara (2011), pada pelanggan telkomsel, dan Lee Wan- I (2011) pada pelanggan toko obat, yang mendapat hasil nilai dari pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

- 1) Kualitas pelayanan berdasarkan kelima dimensi yang ada, memiliki pengaruh positif signifikan pada kepuasan nasabah Bank BPD Bali Capem Unud.
- 2) Nilai nasabah memiliki pengaruh positif signifikan pada kepuasan nasabah Bank BPD Bali Capem Unud.

Saran

Berdasarkan simpulan dan kuesioner sebelumnya, saran yang dapat diberikan, yaitu seperti berikut:

- 1) Penelitian berikutnya dapat lebih lengkap dengan menambah maupun menganalisis variabel lain yang dapat menyangkut kepuasan.
- 2) Pihak Bagi pihak PT. Bank BPD Bali Capem Unud sebaiknya terus meningkatkan kualitas pelayanan dan nilai nasabah yang dimilikinya dengan mengevaluasi pelayanan yang ada agar mampu mempertahankan nasabah dan memperkuat citra perusahaan.

REFERENSI

- Aga, Menmet and Safali, Okan Veli. 2007. An Emperical Investigation Of Service Quality and Customer Satisfaction In Professional Accounting Firm. Evidence North Cyprus. *Journal problem and Management*, 5(3), pp: 84-98.
- Agyaapong, Gloria K.Q. 2010. The Effect Of Service Quality On Customers Satisfaction In The Utility Industry A Case Of Vodafone (Ghana). *International Journal Of Business And Managemen*, 6(5), pp: 203-210.
- Chenet, P., Dager, T.S., Sullivan, D.O. 2011. Services Quality, Trust, Commitment and Services Differentiation in Business Relationships. *Journal Of Service Marketing*, 24(5), pp: 336-346.
- Cronin, Joseph JR., Brady, Michael K., and Hult, Thomas M. 2000. Assesing The Effect Of Quality, Value, and Customer Satisfaction On Consumer Behavioral Intentions In Service Environment. *Journal Of Retailing*, 76(2), pp: 193-218.
- Dibyantoro, Alhushori, dan Gustriani, Rini. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara Studi Kasus PT.Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 2(3), h: 247-259.
- Endarwita. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat. *E- Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 1(3), h: 167-180.
- Esfahani, Ali N., Jafarzadeh, M., Navari, R. 2012. Studying Relationship between Customer Values and Customer Relationship Management Fuction (Case Study: Iranian Bank of Efgtesad Novin Branches). *Journal of Contemporary Research ini Business*, 3(9), pp: 1160-1168.
- Fathor. 2010. Hubungan antara Dimensi Kualitas Jasa, Nilai dan Kepuasan Nasabah Bank Jatim. *Jurnal Pamator*, 3(2), h:136-148.
- Haemoon. 1999. Sevice Quality, Customer Satisfaction and Customer Value: A Holistic Perspective. *Journal Hospitality Management*, 18, pp: 67-82.
- Hidayat, Rachmat. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepusan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), h: 59-72.
- Istianto, John Hendra dan Tyra, Maria Josephine. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi*, 1(3), h: 275-293.

- Kasmir. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi revisi. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13. Jilid I*. Jakarta: Indeks.
- Lee, Wan-I dan Lee, Chi-Lung. 2011. Innovative Information and Relationship Between Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction and Purchase Intention. *International Journal of Innovative, Computing, Information and Control*, 7(7), pp: 3571-3581.
- Mardikawati, Woro dan Naili Farida. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Adminitrasi Bisnis*, 2(1), Maret 2013.
- Mohammad, Anber Abraham dan Alhamadani, Shiren Yasen Mohammad. 2011. Service Quality Perspectives and Customer Satisfaction in Commercial Bank Working in Jordan. *Middle Eastern Finance and Economics*, 14, pp: 61-72.
- Mukrehejee, Avinandan. 2003. Franchise Management: A Model Of Service Quality. *International Journal Of Quality and Reliability Management*, 20(3), pp: 325-344.
- Naik, C.N. Krishna, Gantasala, Prabhakar. 2010. Service Quality and it Effects on Customer Satisfaction in Retail. *European Journal of Social Science*, 16(2), p: 230-242.
- Paliati, Alida. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), h: 73-81.
- Ravichanndran, K., Mani, B.T., Kumar, S. A., Prabhakaran, S. 2010. Influence of Service Quality on Customers Satisfaction Application of Servqual Mode. *International Journal of Business and Management*, 5(4), pp: 117-124.
- Sainy, Romi. 2010. A Study Of The Effect Of Service Quality On Customer Loyalty In Retail Outlets. *Journal Of Management*, pp: 49-62.
- Siwantara, Wayan. 2011. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Serta Kinerja *Customer Relationship Management* (Studi Pada Halo Corporation PT. Telkomsel Bali). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(3), h: 150-161.

- Shaikh, MS Candidaye Ubedulah Amhad Ali dan Khan Naved Ur Rehman. 2011. Impact Of Service Quality On Costumer Statisfaction: Evidence From The Resturant Industry In Pakistan. *Management & Marketing*, 9(2), pp: 344-355.
- Sriwidodo, Untung dan Tri Indriastuti,Rully. 2010. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah PR. Bank Jateng Cabang Karanganyar. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(2), h: 164-173.
- Suprpti, Ni Wayan. 2010. *Perilaku Konsumen*. Denpasar: Udayana University Press.
- Teuku, Aliansyah, Hafasnuddin, Shabri. 2012. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. *Jurnal Manajemen*, 1(1), h: 32-39.
- Yavas,U., Benkenstein, M., Stuldreier, U. 2004. Relationship Between Service Quality and Behavioral Outcomes: A Study of Private Bank Customers In Germany. *The International Journal of Bank Marketing*, 22(2), pp: 144-157.
- Zhilin, Yang, dan Peterson, Robin T. 2004. Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs. *Journal Psychology and Marketing*, 21(10), pp: 799-822.