

## **Faktor-Faktor Jasa Pelayanan yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen di Bank Pembangunan daerah Bali**

**Dewa Ayu Novitasari Berata dan Supriyadi**

Program Studi Sarjana Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana  
*opiberata@gmail.com*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan di Bank Pembangunan Daerah Bali yang sedang mengalami penurunan persentase konsumen tabungan di beberapa cabang yang berbeda. Melihat pergerakan posisi aset PT. Bank Pembangunan Daerah Bali, dimana dari awal tahun 2014 hingga Maret 2014, posisi aset Bank BPD Bali mencapai Rp 14,762 triliun. Namun berdasarkan fakta, dikatakan bahwa jumlah konsumen tabungan Bank Pembangunan Daerah Bali mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada konsumen Bank Pembangunan Daerah Bali yang kurang puas terutama dengan jasa pelayanan Bank. Tujuan penelitian ini yaitu ingin memperoleh data empirik tentang seberapa besar kontribusi faktor-faktor jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bank Pembangunan Daerah Bali.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis diskriminan. Subjek penelitian adalah konsumen tabungan Bank Pembangunan Daerah Bali yang diambil dari 3 cabang, yaitu cabang Mangupura, cabang Denpasar (Gajah Mada) dan cabang Klungkung. Konsumen yang menjadi responden adalah yang berusia antara 20-60 tahun dan telah menjadi konsumen Bank Pembangunan Daerah Bali selama lebih dari 1 tahun. Teknik pengumpulan data dengan memberikan kuesioner skala kepuasan konsumen kepada konsumen yang memenuhi syarat.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 3 faktor jasa pelayanan yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen Bank Pembangunan Daerah Bali. Faktor tersebut adalah Aspek Subdimensi Bukti Fisik Pelayanan (Physical Evidence of Service), Aspek Subdimensi Ketanggapan Pelayanan (responsiveness of service), dan Faktor Persepsi. Faktor jasa pelayanan yang mempunyai kontribusi paling besar terhadap kepuasan konsumen adalah Aspek Subdimensi Bukti Fisik Pelayanan (Physical Evidence of Service) dengan sumbangan relatif sebesar 87,6%, diikuti dengan Faktor Persepsi dengan sumbangan relatif sebesar 38,6% dan Aspek Subdimensi Ketanggapan Pelayanan (responsiveness of service) dengan sumbangan relatif sebesar 30,8%. Diyakini ketiga aspek tersebut secara bersama-sama dapat meramalkan tingkat kepuasan konsumen, dengan kontribusi sumbangan efektif secara bersama sebesar 52,6%.

Kata Kunci : Kepuasan, Jasa Pelayanan Perbankan, Nasabah Tabungan Bank Pembangunan Daerah Bali.

### **Abstract**

This research had been done in Bank Pembangunan Daerah Bali which is in the several branches have reduction of consumers saving percentage. In early of 2014, the asset position of BPD Bali was Rp. 14.763.000.000.000,00. But in facts said that the quantity of consumers saving have a significant reduction. It means, there are many consumers of Bank Pembangunan Daerah Bali are not satisfied with the services of the bank. The research goal is to find the empirical data about how much factors of service's contribution to the consumers satisfaction of Bank Pembangunan Daerah Bali.

This research used quantitative research method. The analysis method used discriminant analysis. The subject of the research is the consumers of Bank Pembangunan Daerah Bali, which have been chosen from 3 branches, those are Mangupura branch, Denpasar (Gajah Mada) branch, and Klungkung branch. Criterias of the subject are the consumers which in 20 until 60 years old and had been the consumers of Bank Pembangunan Daerah Bali more than a year. The technique of data collection is giving the questionnaire of the consumers satisfaction scale to the consumers who are qualified.

The result or the research show that there are three factors of services which has contribution to the satisfaction of Bank Pembangunan Daerah Bali consumers. Those factors are the physical evidence of service, responsiveness of service, and perception factor. The service factors that has the biggest contribution to the consumers satisfaction is physical evidence of service with relative contribution in the mount of 87,6%, it followed by the perception factors with relative contributin as big as 38,6%, and responsiveness of service with relative contribution in the mount of 30.8%. Believed that three aspects could predict the satisfaction level of the consumer together, with the same effective contribution as big as 52,6%.

Satisfaction, Banking Services, Saving Clients Of Bank Pemerintah Daerah Bali.

## LATAR BELAKANG

Pesatnya perkembangan di era globalisasi saat ini membuat semakin pesat perkembangan bisnis di dunia. Pesatnya perkembangan bisnis ini ditunjukkan dengan semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan swasta dengan penawaran yang beragam. Adanya persaingan di dunia bisnis tentu tidak dapat dihindari lagi, kian hari kian ketat persaingan bisnis dunia. Persaingan ini direspon oleh perusahaan-perusahaan yang ingin tetap maju dan berkembang. Perusahaan merupakan unit usaha yang melakukan aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan manusia akan barang dan jasa dengan tujuan utamanya yaitu mendapatkan keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya dan memuaskan kebutuhan masyarakat (Sumarni, 1997 dalam Rikkytia 2013). Berdasarkan jenisnya, perusahaan dapat dibagi menjadi 3, yakni perusahaan jasa, perusahaan dagang dan perusahaan manufaktur (Castalie, 2011). Perkembangan perusahaan yang pesat dewasa ini diambil alih oleh perusahaan jasa. Pengusaha melihat adanya peluang bisnis yang besar dalam perusahaan jasa dari evaluasi kebutuhan konsumen akan produk berupa jasa.

Salah satu perusahaan jasa yang sebagian besar digunakan setiap orang adalah perbankan. Pengertian Bank menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 dapat dijelaskan bahwa jenis usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok Bank sedangkan memberikan jasa Bank lainnya yaitu seperti pelayanan dari front office yaitu Teller dan Customer Service merupakan kegiatan pendukung.

Krisis yang terjadi pada dunia perekonomian belakangan ini membuat pihak perbankan tanah air harus waspada. Krisis tersebut akan memberikan imbas pada perkembangan Bank di Indonesia. Hal ini memaksa pihak perbankan untuk mengatur strategi agar dapat mempertahankan diri dalam persaingan bisnis dunia perbankan dan demi kelangsungan aktifitas Bank (Gulo, 2010). Strategi yang dilakukan pihak perbankan untuk menghadapi persaingan pada dasarnya mengacu pada bagaimana cara menguasai pangsa pasar yang ada, sekalipun pertumbuhan perekonomian sedang kurang stabil dan berakibat kebutuhan pasar juga mengalami penurunan (Gulo, 2010). Nyatanya hal terpenting yang harus diperhatikan yaitu jasa pelayanan yang disediakan Bank. Hal ini akan berdampak pada kesuksesan Bank dan keuntungan yang diraih Bank (Kevin, 2011). Jasa Pelayanan Bank disini menjadi hal yang penting dikarenakan terkait dengan cara Bank melayani konsumen. Supranto, (2011), menyatakan lima dimensi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen khususnya pada institusi Bank yaitu, Ketanggapan Pelayanan (*responsive of service*), Kecepatan Transaksi (*speed of transaction*),

Keberadaan Pelayanan (*availability of service*), Profesionalisme (*professionalism*) dan Kepuasan Menyeluruh dengan Pelayanan (*over all satisfaction with service*).

Zaman yang serba modern membuat konsumen tidak akan sembarang dalam memilih Bank yang akan digunakan jasanya, karena interaksi konsumen dengan Bank merupakan interaksi yang krusial karena terkait pada perekonomian. Persepsi konsumen terhadap Bank akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan kesetiaan konsumen menggunakan jasa Bank. Persepsi konsumen mengacu pada perasaan konsumen terhadap jasa yang diterima, berdasarkan apa yang dibayangkan dan diterimanya. Bila jasa yang diterima lebih besar dari yang dibayangkan konsumen, maka konsumen akan merasa puas, dan kualitas jasa akan dipersepsikan tinggi begitu pula sebaliknya (Daryanto & Setyobudi, 2014). Artinya, persepsi konsumen terhadap jasa Bank memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen tersebut. Kepuasan konsumen selain dipengaruhi menurut Amir (2012) dipengaruhi oleh pelayanan, harga, kualitas barang dan promosi dari perusahaan itu sendiri. Keempat hal tersebut menjadi penting karena sebagai representasi dari kualitas perusahaan sendiri dan kualitas jasa pelayanan yang dapat diberikan perusahaan.

terdapat banyak spot-spot Bank ternama di kota-kota yang padat masyarakatnya. Namun di Bali sendiri telah memiliki Bank Lokal sejak tahun 1965. PT. Bank Pembangunan Daerah Bali berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 6/DPR.DGR/1965 didirikan dengan bentuk hukum Perusahaan Daerah (Badan Usaha Milik Daerah) pada tanggal 9 Februari 1965 (BPD Bali, 2014). PT. Bank Pembangunan Daerah Bali dengan status Bank Umum Devisa, merupakan Bank Lokal yang mampu dan memiliki aktivitas Nasional dan Internasional. PT. Bank Pembangunan Daerah Bali turut berperan dalam pembangunan yakni untuk mensukseskan program Pemerintah serta untuk menumbuhkan perekonomian (BPD Bali, 2014).

Pada peta persaingan bisnis khususnya dunia perbankan, PT. Bank Pembangunan Daerah Bali dapat dikatakan dapat survive dalam persaingan tersebut. Kenyataan di lapangan memperlihatkan bahwa PT. Bank Pembangunan Daerah Bali mendapat kepercayaan dari pemerintah dan masyarakat Bali khususnya sebagai Bank milik daerah yang membantu kebutuhan perekonomian masyarakat. Hal itu membuktikan bahwa PT Bank Pembangunan Bali bahkan tidak memiliki kompetitor di daerah Bali sendiri. Terbukti dari pergerakan posisi aset PT. Bank Pembangunan Daerah Bali dari akhir 2013 menuju awal 2014 hingga Maret 2014, posisi aset Bank BPD Bali mencapai Rp 14,762 triliun. Total dana pihak ketiga (DPK) Rp 12,333 triliun, serta total kredit yang disalurkan Rp 10,579 triliun (Pos Bali, 2014). Nominal nilai aset tersebut dapat meramalkan bahwa konsumen pengguna jasa perbankan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali ini sudah

hampir sebagian dari masyarakat penduduk Bali dan konsumen tersebut puas dengan produk dan pelayanannya.

Posisi aset PT. Bank Pembangunan Daerah Bali yang sedemikian belum menjamin tidak adanya konsumen yang complain. PT. Bank Pembangunan Bali sendiri tetap mendapatkan konsumen yang complain dan memberikan kritikan. Hal ini membuat PT. Bank Pembangunan Daerah Bali semakin terampil dan berhati-hati dalam mendesain produk pelayanan perbankannya dan juga meningkatkan kualitas karyawan, terlebih lagi karyawan yang langsung bersentuhan dengan konsumen seperti pada bagian teller dan customer service. Ini berkaitan dengan kualitas Bank untuk bertahan dalam dunia persaingan dan juga berkaitan dengan kepuasan konsumennya.

Berdasarkan dari studi awal melalui proses wawancara, didapatkan data berupa angka nominal jumlah rekening tabungan nasabah Bank Pembangunan Daerah Bali di cabang seluruh kabupaten Provinsi Bali. Dari data tersebut dinyatakan bahwa Bank Pembangunan Daerah Bali mengalami penurunan jumlah rekening tabungan pada tahun 2014. PT. Bank Pembangunan Daerah Bali mengalami penurunan presentase pada nasabah tabungan. Penurunan tersebut berkisar antara 0 sampai 5% dari presentase nasabah tabungan tahun sebelumnya (Divisi RENSTRA PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Pusat). Penurunan yang signifikan terjadi di beberapa cabang di kabupaten yang berbeda, namun cabang lainnya tetap konstan dan adapula yang mengalami peningkatan jumlah tabungan. Ini menjelaskan bahwa masih saja ada yang merasa kurang puas dan masih ada yang menginginkan pelayanan yang lebih dari apa yang telah disediakan.

Adanya perbedaan pertumbuhan jumlah nasabah tabungan di masing-masing cabang Bank Pembangunan Daerah Bali menjadi hal yang perlu dikaji lebih lanjut. Padahal pada setiap cabang di Bank Pembangunan daerah Bali memiliki penawaran produk berupa tabungan, kredit dan tabungan hari tua yang sama. Selain itu masing-masing cabang juga memiliki management yang sama baik secara struktural ataupun teknis, seperti kepala cabang, kepala divisi, karyawan back office hingga front liner (BPD Bali, 2014). Tetapi data empiris menunjukkan adanya perbedaan jumlah tabungan yang naik dan turun di cabang yang berbeda. Didapat hal yang membedakan masing-masing cabang Bank Pembangunan Daerah Bali tersebut adalah dari jasa pelayanan dari front liner yang langsung bersentuhan dengan konsumennya. Hal ini dikarenakan oleh masing-masing SDM (Sumber Daya Manusia) sebagai front liner di masing-masing cabang berbeda dan dari tiap karyawan tersebut memiliki kepribadian yang berbeda yang berpengaruh pada caranya memperlakukan orang lain dan cara berinteraksi dengan orang lain. Diperkuat oleh teori dari Wilkie yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap

pengalaman konsumsi suatu produk (Tjiptono Fandi dan Dana Anastasia, 2001). Jadi pelanggan akan merasakan pelayanan yang berbeda dari masing-masing pemberi jasa pelayanan dan pelanggan akan membanding-bandingkan pelayanan yang diterimanya dari satu tempat ke tempat lainnya, hal ini dilakukan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan terbaik (Tjiptono Fandi dan Diana Anastasia, 2001).

Sehingga, berdasarkan dari pemaparan panjang yang diungkapkan mengenai kepuasan konsumen, dirancanglah penelitian ini untuk menganalisis dan melihat faktor-faktor jasa pelayanan yang memengaruhi kepuasan konsumen, sehingga menyebabkan adanya cabang yang meningkat jumlah penabungnya dan ada cabang yang mengalami penurunan jumlah nasabah tabungan.

### METODE PENELITIAN

#### *Variabel dan Definisi Operasional*

Variabel bebas dari penelitian ini adalah jasa pelayanan dan variabel tergantungan dari penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Jasa Pelayanan

Jasa pelayanan adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik konsumen yang dilakukan dengan sopan santun dan sesuai etika oleh karyawan Bank terhadap konsumen yang berdampak pada tinggi rendahnya kepuasan konsumen.

##### 2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen baik senang ataupun sedih yang timbul setelah konsumen membandingkan kualitas dari produk atau jasa yang dipergunakannya dengan apa yang diharapkannya.

#### *Responden*

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen tabungan di Bank Pembangunan Daerah Bali. Kriteria subjek pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen (nasabah) Bank Pembangunan daerah Bali di cabang Mangupura provinsi Bali yang berdomisili di Provinsi Bali
2. Konsumen (nasabah) Bank Pembangunan daerah Bali di cabang Denpasar provinsi Bali yang berdomisili di Provinsi Bali
3. Konsumen (nasabah) Bank Pembangunan daerah Bali di cabang Klungkung provinsi Bali yang berdomisili di Provinsi Bali
4. Konsumen (nasabah) Bank Pembangunan daerah Bali di cabang terpilih yang telah menggunakan jasa Bank

Pembangunan Daerah Bali selama sekurang-kurangnya 1 tahun.

5. Konsumen (nasabah) Bank Pembangunan daerah Bali di cabang terpilih yang terdaftar sebagai konsumen (nasabah) tabungan.

6. Konsumen (nasabah) Bank Pembangunan daerah Bali di cabang terpilih yang berusia 20 – 60 tahun.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik cluster sampling yaitu pengambilan sampel secara random pada rumpun-rumpun. Teknik pengambilan subjek adalah berdasarkan kemudahan peneliti untuk membagi kelompok atau daerah subjek yaitu konsumen Bank BPD Bali di Kota Denpasar agar dapat diklasifikasikan Bank BPD Bali cabang di Kota Denpasar yang dengan peningkatan jumlah konsumen tabungan, penurunan jumlah konsumen tabungan atau dengan jumlah konsumen tabungan yang konstan. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 315 orang.

#### Tempat Penelitian

Pengambilan sampel dilakukan di Bank Pembangunan Daerah Bali cabang Mangupura, Bank Pembangunan Daerah Bali cabang Denpasar (Gajah Mada), dan Bank Pembangunan Daerah Bali cabang Klungkung.

#### Alat Ukur

Skala yang digunakan pada kuesioner adalah skala jasa pelayanan perbankan yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek jasa pelayanan perbankan dari Supranto (2011), Sumarni (1997) dalam Yusnita dan Zaidi (2013), Daryanto & Setyobudi (2014) dan kemudian dikembangkan sendiri oleh peneliti. Skala jasa pelayanan perbankan ini menggunakan model skala likert dengan empat kategori pilihan jawaban. Terdiri dari 30 aitem yang terbagi menjadi aitem favorable dan aitem nonfavorable

Hasil pengujian validitas skala jasa pelayanan didapatkan hasil koefisien korelasi item total berkisar antara 0,269 – 0,678. Pengujian reliabilitas menghasilkan koefisien alfa ( $\alpha$ ) pada skala kepuasan konsumen sebesar 0,873. Hasil tersebut atau koefisien alfa ( $\alpha$ ) 0,873 menunjukkan bahwa skala jasa pelayanan mampu mencerminkan 87,3% variasi yang terjadi pada skor murni subjek penelitian

#### Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis data dalam Analisis Diskriminan. Diskriminan Analisis merupakan bentuk regresi dengan variabel terikat bentuk non-metrik atau kategori (Ghozali, 2005). Tujuan dari Analisis Diskriminan ini adalah untuk

mengidentifikasi variabel-variabel yang mampu membedakan dua kelompok. Pada pelaksanaan analisis data menggunakan Analisis Diskriminan ini, akan dibantu dengan penggunaan program SPSS versi 16.0 for windows. Sebelum melakukan Analisis Diskriminan, peneliti melakukan uji normalitas dan uji homogenitas. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov dan uji homogenitas dilakukan dengan menggunakan Levene's Test Equality of Error Variances.

## HASIL PENELITIAN

### Karakteristik Subjek

Subjek penelitian pada penelitian ini berjumlah 291 subjek yang merupakan nasabah tabungan Bank Pembangunan Daerah Bali. Berdasarkan jenis kelamin terdapat 181 laki-laki dan 110 perempuan. Berdasarkan usia terdapat 128 orang berusia antara 20-30 tahun, 74 orang berusia antara 31-40 tahun, 62 orang berusia antara 41-50 tahun dan 27 orang berusia antara 51-60 tahun. Berdasarkan rentang waktu subjek menabung terdapat 56 subjek yang menabung lebih dari 1 tahun, 124 subjek yang menabung lebih dari 2 tahun dan 111 subjek yang menabung lebih dari 5 tahun.

### Deskripsi Data Penelitian

Tabel 1.  
Deskripsi Statistik Data Penelitian

Variabel	N	Mean Teoritis	Mean Empiris	Std Deviasi Teoritis	Std Deviasi Empiris	Sebaran Teoritis	Sebaran Empiris
Kepuasan Nasabah	291	75	99,39	15	8,066	30-120	39-120

Dari data yang telah dianalisis didapatkan hasil mean teoritis variabel kepuasan konsumen sebesar 75 yang lebih kecil dari hasil mean empirisnya yaitu sebesar 99,39. Hal ini memperlihatkan bahwa rata-rata subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat kepuasan terhadap jasa pelayanan di masing-masing cabang terpilih tergolong tinggi.

### Uji Asumsi

Tabel 2.  
Hasil Uji Normalitas

Cabang Bank Pembangunan Daerah Bali	Kolmogorov-Smirnov	Asymp. Sig. (2-tailed) (P)	Bentuk
Mangupura	0,932	0,350 (p>0,05)	Normal
Denpasar	1,289	0,072 (p>0,05)	Normal
Klungkung	1,352	0,052 (p>0,05)	Normal

Berdasarkan tabel 11, sebaran data variabel kepuasan konsumen cabang Mangupura menghasilkan nilai Kolmogorof-Smirnov sebesar 0,932 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,350 ( $p>0,05$ ), kemudian sebaran data variabel kepuasan konsumen cabang Denpasar menghasilkan nilai Kolmogorof-Smirnov sebesar 1,289 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,072 ( $p>0,05$ ) dan sebaran data variabel kepuasan konsumen cabang Klungkung menghasilkan nilai Kolmogorof-Smirnov sebesar 1,352 dan memiliki nilai

## FAKTOR-FAKTOR JASA PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN

signifikansi sebesar 0,052 ( $p > 0,05$ ). Ini menunjukkan bahwa terdapat distribusi yang normal pada variabel kepuasan konsumen pada subjek yang diambil dari cabang Mangupura, Denpasar dan Klungkung.

Tabel 3.  
Hasil Uji Linearitas

Pada penelitian ini, uji homogenitas dilihat berdasarkan pengujian dengan menggunakan Levene's Test Equality of Error Variances yang terdapat dalam program SPSS. Berdasarkan dari hasil pengujian didapatkan signifikansi sebesar 0,014. Angka tersebut menyatakan bahwa signifikansi data penelitian terhadap kepuasan konsumen lebih kecil dari 0,05 ( $0,014 < 0,05$ ) dengan demikian hal tersebut memiliki arti bahwa data tidak homogen. Dikarenakan data tidak homogen maka peneliti memutuskan menempuh cara untuk melihat homogenitas dengan statistik robust yaitu menggunakan sampel (N) dengan jumlah yang sama. Dimana apabila jumlah sampel di masing-masing kategori atau grup memiliki jumlah yang sama, maka setiap kategori memiliki variance sama. Dengan kata lain syarat homogenitas terpenuhi (Ghozali, 2005). Peneliti memiliki jumlah subjek yang sama di masing-masing cabang, yaitu cabang Mangupura sebanyak 97 orang, cabang Denpasar sebanyak 97 orang dan Klungkung sebanyak 97 orang.

### Uji Hipotesis Uji Analisis Diskriminan

Berikut ini adalah hasil dari analisis uji analisis diskriminan jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen:

Tabel 4.  
Hasil Uji Analisis Diskriminan 10 variabel bebas.

	Tests of Equality of Group Means				
	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
Total Nilai Responden	.962	5.706	2	288	.004
Faktor Persepsi	.957	6.393	2	288	.002
Faktor Ekspektasi	.986	2.093	2	288	.125
Ketanggapan Pelayanan	.959	6.122	2	288	.002
Kecepatan Transaksi	.976	3.526	2	288	.031
Penyampaian Jasa	.963	5.551	2	288	.004
Profesionalisme	.981	2.818	2	288	.061
Bukti Fisik	.929	11.025	2	288	.000
Kepuasan Menyeluruh	.967	4.910	2	288	.008
Keberadaan Pelayanan	.986	2.093	2	288	.125

Berdasarkan pada hasil analisis diatas menunjukkan bahwa dari 10 variabel bebas yang dipasangkan dengan 3 kategori cabang menghasilkan nilai signifikansi pada 10 variabel bebas tersebut. Dilihat dari tabel Tests of Equality of Group Means membuktikan bahwa ada 7 variabel bebas yang memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 dan 3 variabel bebas yang memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Ini mengartikan bahwa dengan adanya 7 variabel bebas memiliki kontribusi yang signifikan terhadap klasifikasi 3 cabang Bank Pembangunan Daerah Bali.

Tabel 5.  
Hasil Uji Analisis Diskriminan tabel *Canonical Discriminant Function Coefficients*

	Canonical Discriminant Function Coefficients	
	Function	
	1	2
Faktor Persepsi	-.179	-.034
Ketanggapan Pelayanan	.707	.268
Bukti Fisik	.070	.702
(Constant)	4.810	-7.452
Unstandardized coefficients		

Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 7 variabel yang signifikan, terdapat 3 variabel jasa pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen. Variabel Bukti fisik yang memiliki bobot paling dominan dalam memengaruhi kepuasan konsumen dari ketiga variabel signifikan tersebut. Dilihat dari skor fungsinya yang paling tinggi diantara 2 variabel lainnya yaitu 0,702. Apabila dirubah ke dalam persentase maka aspek subdimensi Bukti Fisik dikatakan 87,6% dapat memengaruhi kepuasan konsumen Bank Pembangunan Kemudian diyakini ketiga aspek tersebut secara bersama-sama dapat meramalkan tingkat kepuasan konsumen, dengan kontribusi sumbangan efektif secara bersama sebesar 52,6%.

Tabel dibawah ini merupakan rangkuman dari hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini

Tabel 6.  
Rangkuman Hasil Uji Hipotesis Penelitian

No	Hipotesis	Hasil
1	Ada faktor jasa pelayanan yang dominan memengaruhi kepuasan konsumen di Bank Pembangunan Daerah Bali.	Diterima
2	Tidak ada faktor jasa pelayanan yang dominan memengaruhi kepuasan konsumen di Bank Pembangunan Daerah Bali.	Ditolak

## PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

Pada penelitian ini cabang yang terpilih adalah Bank Pembangunan Daerah Bali cabang Mangupura, cabang Denpasar dan cabang Klungkung, cabang tersebut sekaligus sebagai hasil pengukuran dari variabel bebas penelitian yang dalam hal ini adalah jasa pelayanan. Ketiga cabang tersebut memiliki kategori yang berbeda yaitu Bank Pembangunan Daerah Bali cabang Mangupura sebagai cabang dengan perkembangan nasabah tabungan yang meningkat, kedua Bank Pembangunan Daerah Bali cabang Denpasar sebagai cabang dengan perkembangan tabungan menurun dan Bank Pembangunan Daerah Bali cabang Klungkung dengan perkembangan nasabah tabungan yang konstan atau sedang. Klasifikasi cabang tersebut mengasumsikan bahwa cabang yang dengan perkembangan nasabah tabungan yang meningkat memiliki konsumen yang puas, kemudian yang perkembangan nasabah tabungannya menurun memiliki konsumen yang kurang puas, sementara cabang dengan perkembangan nasabah tabungan konstan memiliki konsumen yang cukup puas.

Analisis Diskriminan dari 10 variabel bebas yang dipasangkan dengan 3 cabang Bank Pembangunan Daerah Bali sebagai variabel tergantungnya, yang kemudian menghasilkan 7 variabel bebas yang signifikan. 7 variabel tersebut adalah Total Nilai Responden, Faktor Persepsi, Ketanggapan Pelayanan, Kecepatan Transaksi, Cara Penyampaian Jasa, Bukti Fisik dan Kepuasan Menyeluruh. Ketujuh variabel bebas yang signifikan tersebut menyatakan bahwa ada pengaruh atau kontribusi yang signifikan terhadap masing-masing dari ketujuh variabel tersebut terhadap klasifikasi 3 cabang Bank Pembangunan Daerah Bali. Yaitu cabang dengan perkembangan nasabah tabungan meningkat, cabang dengan perkembangan nasabah tabungan menurun dan cabang dengan perkembangan nasabah tabungan yang konstan atau sedang. Namun berdasarkan hasil dari stepwise pada tabel Variables in the Analysis dari 7 variabel bebas yang signifikan ternyata hanya terdapat 3 variabel bebas yang memiliki bobot pengaruh terhadap kepuasan nasabah. 3 variabel tersebut adalah aspek subdimensi Bukti Fisik, aspek subdimensi Ketanggapan Pelayanan dan Faktor Persepsi. Ini mengartikan bahwa tidak semua variabel yang berkontribusi signifikan dalam klasifikasi 3 cabang memiliki bobot pengaruh pada kepuasan konsumen atau nasabah.

Setelah ditemukan 3 variabel yang memiliki bobot pengaruh pada kepuasan konsumen, maka akan dapat diramalkan variabel manakah yang bobot pengaruhnya paling besar yang dilihat dari fungsi analisis. Untuk menentukan fungsi mana yang akan dilihat dan diinterpretasi dilakukan dengan melihat nilai signifikansi chi-square dari kedua fungsi yang ada. Pada Analisis Diskriminan ini, hasil nilai signifikansi chi-square menunjukkan angka dibawah 0,05 pada kedua fungsi. Artinya bahwa kedua fungsi signifikan. Hal ini membuat peneliti belum dapat menentukan fungsi mana yang akan diinterpretasi karena kedua fungsi signifikan, sementara yang dicari adalah 1 fungsi signifikan. Maka tahap yang ditempuh adalah melihat skor eigenvalue pada tabel Eigenvalues. Pada tabel Eigenvalues pada penelitian ini menunjukkan skor eigenvalue 0,086 pada fungsi 1 dan 0,078 pada fungsi 2. Skor eigenvalue ini juga belum dapat membantu peneliti dalam memilih fungsi yang akan diinterpretasi, dikarenakan dari kedua fungsi skor eigenvalue jauh dibawah 1. Sementara yang dianalisis adalah fungsi dengan skor eigenvalue 1 atau mendekati 1.

Tahap terakhir yang dapat ditempuh untuk menentukan fungsi yang akan diinterpretasi adalah dengan melihat tabel Scturcture Matrix. Pada tabel structure matrix tersebut, akan dilihat skor fungsi dapat dinyatakan sesuai dengan dasar teori penelitian. Skor fungsi yang akan dilihat adalah skor yang positif atau sebagian besar positif, karena sesuai dengan teori penelitian yang menyatakan bahwa pengaruh aspek jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang positif. Pada tabel Scturcture Matrix

yang terpilih adalah fungsi 2. Pada fungsi 2 dihasilkan nilai signifikan yaitu Dimensi Persepsi=-0,034 ; Ketanggapan Pelayanan=0,268 ; Bukti Fisik=0,702. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 3 variabel yang memiliki bobot untuk mempengaruhi kepuasan nasabah, variabel Bukti fisiklah yang memiliki koefisien paling tinggi diantara 2 variabel lainnya yaitu Ketanggapan Pelayanan dan Dimensi persepsi.

Bukti Fisik dengan ini dapat dinyatakan sebagai faktor yang memiliki bobot paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen (nasabah) tersebut. Dilihat dari skor fungsinya yang paling tinggi diantara 2 variabel lainnya yaitu 0,702. Apabila dirubah ke dalam persentase maka Bukti Fisik dikatakan 87,6% dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (nasabah) Bank Pembangunan Daerah Bali. Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesa alternatif pada penelitian ini diterima, yaitu ada faktor jasa pelayanan yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aliansyah, L., Hafasnuddin, Shabri. (2012). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. *Jurnal Magister Manajemen Banda Aceh Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh, Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.* <http://www.prodipps.unsyiah.ac.id>. diunduh tanggal 9 November 2014.
- Amir. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Hasjrat Abadi di Makassar. Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Hassanudin Makassar. [repository.unhas.ac.id](http://repository.unhas.ac.id). diunduh tanggal 8 Agustus 2015.
- Aryani, D. & Febrina Rosinta. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal PT Human Resource Development Institute Program Studi Ilmu Administrasi Departemen FISIP, Universitas Indonesia.* <http://www.journal.ui.ac.id>. diunduh tanggal 9 November 2014.
- Asrumianti, N. (2013). Perusahaan dagang dan perusahaan jasa.. <http://noviaasrumiati.wordpress.com/2013/03/25/perusahaan-dagang-dan-perusahaan-jasa/>. diunduh tanggal 1 November 2014
- Azwar, S. (2003). Penyusunan skala psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010). Reliabilitas dan validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). Metode penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

## FAKTOR-FAKTOR JASA PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN

- Bank BPD Bali. (2014). Sejarah pendirian. <http://www.bpd Bali.co.id/bpd Bali/home.php?act=menu&id m=22> diunduh tanggal 1 November 2014.
- Bank BPD Bali. (2014). Tentang Bank BPD Bali. <http://www.bpd Bali.co.id/bpd Bali/home.php?act=menu&id m=18> diunduh tanggal 1 November 2014.
- Carapedia. (2014). Pengertian dan definisi perusahaan. [http://carapedia.com/pengertian\\_definisi\\_perusahaan\\_info2 035.html](http://carapedia.com/pengertian_definisi_perusahaan_info2 035.html). diunduh tanggal 1 November 2014.
- Castalie, L. (2011). Perbedaan perusahaan jasa dan perusahaan dagang. <http://taniacastalie.wordpress.com/2011/04/15/20/>. diunduh tanggal 1 November 2014.
- Daryanto & Ismanto Setyobudi. (2014). Konsumen dan pelayanan prima. Yogyakarta: PENERBIT GAVA MEDIA.
- Despriyadi. (2009). Dampak persaingan usaha tidak sehat. <http://despriy.blogspot.com/2009/03/dampak-persaingan-usaha-tidak-sehat.html> diunduh tanggal 1 November 2014.
- Direktorat Perlindungan Konsumen Republik Indonesia. (1999). Lembaga Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. <http://ditjenspk.kemendag.go.id/id/direktorat-pemberdayaan-konsumen/kelembagaan>. diunduh tanggal 5 November 2014.
- Ferdinandwisnu. (2013). Pengertian Bank, jenis-jenis Bank, fungsi Bank dan reformasi Bank. <http://ferdinandwisnu.wordpress.com/2013/03/10/pengertian-n-bank-jenis-jenis-bank-fungsi-bank-dan-reformasi-bank/> diunduh tanggal 2 November 2014.
- Fina. (2014). Faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen asuransi kesehatan (FULMEDICARE) takaful (Studi Kausu Pada Karyawan FE UII Yogyakarta). Skripsi Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://digilib.uin-suka.ac.id/11407/1/BAB%20I,%20V,%20DAFTAR%20PU STAKA.pdf> diunduh tanggal 9 November 2014.
- Fransisca, M. (2011). Teori perilaku konsumen. Akses: 1 November 2014, <http://merdifransisca.blogspot.com/>
- Ghozali, I. (2005). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Semarang : UNDIP
- Gulo, (2010). Strategi perbankan dalam memenangkan. [http://srigalabisnis.blogspot.com/2010/07/strategi-perbankan-dalam-memenangkan\\_17.html](http://srigalabisnis.blogspot.com/2010/07/strategi-perbankan-dalam-memenangkan_17.html) diunduh tanggal 2 Juli 2015
- Hague, P. & Haris, P. (1995). Sampling & statistika. Penerjemah, Yulianto. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Hasibuan, H.Malayu S.P. (2011). Dasar-dasar Perbankan. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Juwandi & Irawan, H. (2004). Kepuasan pelayanan jasa. Jakarta: Erlangga.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. (2010). Pengertian kepuasan. <http://kamusbahasaindonesia.org/kepuasan/mirip>. diunduh tanggal 5 November 2014.
- Kasmir. (2000). Manajemen perbankan. Jakarta : PT. RAJAGRAFINDO. PERSADA.
- Kevin, A. (2011). Persaingan bisnis dalam era globalisasi modern. <http://andriKevin.blogspot.com/2011/10/persaingan-bisnis-dalam-era-globalisasi.html> diunduh tanggal 1 November 2014.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen pemasaran. Alih Bahasa: Hendra Teguh dkk. Edisi 1. Jakarta: PT Perhalindo.
- Kristiyanti, Celina.T.S. (2009). Hukum perlindungan konsumen. Jakarta: Sinar Grafika.
- Lesmana, A. (2008). Analisis kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank mandiri (persero) tbk di bagian retail & consumer risk group. Jurnal Magister Manajemen, Universitas Gunadarma. <http://www.gunadarma.ac.id>. diunduh tanggal 9 November 2014.
- Mujiharjo, B. (2006). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (Studi Pada Bank Bri Demak). Jurnal Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro. <http://www.eprints.undip.ac.id>. diunduh tanggal 9 November 2014.
- Nasution, Az. (2002). Hukum perlindungan konsumen suatu pengantar. Jakarta: Diadit Media.
- Peter & Olson. (199). Consumer Behavior and Marketing Strategy. Richard D. Irwan Inc, Boston. Third Edition.
- Pos Bali. (2014). Aset BPD Bali 2014. <http://posbali.com/bank-bpd-bali-buka-capem-tegal-buah/>. diunduh tanggal 1 November 2014
- Pramita, M. (2013). Pengertian dan Jenis Bank. <http://mega-pramita.blogspot.com/2013/11/pengertian-dan-jenis-bank.html> diunduh tanggal 2 Juli 2015.
- Riduwan & Sunarto. (2011). Pengantar Statistika untuk penelitian: pendidikan, sosial, komunikasi, ekonomi, dan bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Rikkytia. (2013). Jenis-jenis perusahaan dagang, jasa dan perusahaan manufaktur. <https://rikkytia.wordpress.com/2013/04/25/jenis-jenis-perusahaan-dagang-jasa-dan-perusahaan-manufaktur/>. diunduh tanggal 1 November 2014.

- Satriyani, Evi.O. (2012). Pengaruh kualitas layanan,kepuasan nasabah dan citra bank terhadap loyalitas nasabah bank muabialat di surabaya. Jurnal STIE Perbanas Surabaya. <http://download.portalgaruda.org/article.php%3Farticle%3D182957%26val%3D6321%26title%3DPENGARUH%2520KUALITAS%2520LAYANAN> diunduh tanggal 9 November 2014.
- Setiawan, R. (2004). Pengantar statistika. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sidharta. (2000). Hukum perlindungan konsumen indonesia. Jakarta: Grasindo Jakarta.
- Solomon, Michael R. (2011). Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 9th ed., New Jersey: Pearson Addison Wesley
- Sugiyono. (2002). Statistika untuk penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryabrata, S. (2000). Metode penelitian. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F., dan Anastasia, D. (2001). Total quality management. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2005). Pemasaran jasa. Malang: Bayumedia.
- Widarti, Gst.A.O. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA (KCU) PALEMBANG. Jurnal Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. <http://news.palcomtech.com/wp-content/uploads/2012/04/OKA-JE02012012.pdf> diunduh tanggal 9 November 2014.
- Winarsunu, T. (2002). STATISTIK Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan. Malang: Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.