

## Peran Dimensi *Service Quality* terhadap Keputusan Nasabah PT. Bank CIMB NIAGA Cabang Lumajang

Amri Rahman<sup>1</sup>, Tri Palupi Robustin<sup>2</sup>, Ratna Wijayanti D.P.<sup>3</sup>

STIE Widya Gama Lumajang<sup>123</sup>

Email : amrirahman22@gmail.com<sup>1</sup>

### INFO ARTIKEL

Volume 1

Nomor 4

Bulan Juni

Tahun 2019

Halaman 4-7

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dimensi service quality terhadap kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara dimensi wujud fisik dengan kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Sedangkan dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hasil uji F yang diterima adalah bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara wujud fisik PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang, keandalan PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang, daya tanggap PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang, jaminan PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang dan Empati terhadap kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Ini dibuktikan dengan uji F di mana nilai signifikansinya adalah 0,000. Koefisien determinasi dalam kepuasan konsumen yang ditunjukkan oleh Adjusted R Square adalah 0,547, yang berarti bahwa kepuasan pelanggan 54,7% dipengaruhi oleh manifestasi fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Sedangkan 45,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

**Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Wujud Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati.**

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the role of service quality dimensions on customer satisfaction of PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch. The sampling technique used in this research is Purposive sampling. The results showed that there was a significant positive influence between the dimensions of physical form and customer satisfaction of PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch. While the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, and empathy have no significant positive effect on customer satisfaction at PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch. The F test results received are that there is a positive and significant relationship between the physical form of PT Bank CIMB Niaga Lumajang Branch, the reliability of PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch, responsiveness of PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch, guaranteed by PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch and Empathy towards customer satisfaction PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch. This is proven by the F test where the significance value is 0,000. The coefficient of determination in consumer satisfaction shown by Adjusted R Square is 0.547, which means that customer satisfaction 54.7% is influenced by physical manifestations, reliability, responsiveness, assurance and empathy. While 45.3% is influenced by other variables not examined by the researcher.*

**Keywords: Customer Satisfaction, Tangible, Reliability, Responsiveness,**

---

*Assurance and Empathy.*

---

## **PENDAHULUAN**

Kini setiap perbankan di Indonesia sudah menunjukkan dalam sektor peningkatan kualitas pelayanan dalam hal sumberdaya manusia dengan menciptakan suatu program *learning center* dan *service academy* untuk menyamakan standar pelayanan yang harus diberikan para karyawan kepada nasabah agar kesan pelayanan tersebut dapat menyentuh hati nasabah dan menimbulkan rasa puas dan yakin akan apa yang mereka cari dalam menggunakan jasa perbankan tersebut. Namun ada banyak hal yang menyebabkan nasabah yang menggunakan jasa perbankan yang lain hal ini dikarenakan adanya kesalahan dari sumberdaya manusia maupun sistem teknologi yang digunakan dalam melayani nasabah seperti menurunnya kualitas pelayanan oleh *teller* dan sering *error* atau *trouble* fasilitas seperti ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan *Phone Banking*.

Terdapat lima dimensi kualitas layanan yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas jasa menurut Valerie Zeithaml, A. Parasuraman, dan Leonard Berry (Sulistyan et al., 2017) yaitu :

1. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan sarana prasarana, pegawai, dan material yang dipasang.
2. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat.
4. *Assurance* (kepastian) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.
5. *Empathy* (empati) yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

Industri perbankan adalah industri yang sangat bertumpu kepada kepercayaan masyarakat (*fiduciary financial institution*). Kepercayaan masyarakat (*fiduciary financial institution*) adalah segala-galanya bagi bank. Begitu masyarakat tidak percaya pada bank, bank akan menghadapi *rush* dan akhirnya koleps.

Sunarti (2017), telah melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). Hasil dari penelitian ini berdasarkan uji F menunjukkan sig. F 0,000 < 0,05 yang berarti Kualitas Pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang paling kuat dibanding variabel lainnya maka variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.

Transtianingzah (2006) melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Cabang Solo". Objek penelitian ini di Bank Muamalat Cabang Solo, dengan sample sebanyak 60 responden nasabah. Hasilnya ialah bahwa *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah tempat dan periode penelitian. Tempat yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Peneliti tertarik untuk mengambil topik tentang peran dimensi *service quality* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang ini, karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi *service quality* atas jasa yang ditawarkan dalam kepuasan mereka untuk menabung dan mempercayai PT. Bank CIMB Niaga sebagai pilihan melakukan transaksi pada bank.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian empiris. Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji secara empiris variabel dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi variabel kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Penelitian empiris atau *empirical research*, merupakan penelitian terhadap fakta empiris yang diperoleh berdasarkan observasi terhadap fakta tanpa perantara orang lain dan objek yang diteliti lebih ditekankan pada kejadian sebenarnya (Nur Indriantoro, 2009:29).

Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari dimensi kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu dimensi *service quality* terhadap variabel dependen (Y), yaitu kepuasan konsumen

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel yang dilambangkan dengan (X) ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah :

- 1) *Tangibles* ( $X_1$ ).
- 2) *Reliability* ( $X_2$ )
- 3) *Responsibeleness* ( $X_3$ )
- 4) *Asurance* ( $X_4$ )
- 5) *Empathy* ( $X_5$ )

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dan sering disebut sebagai variabel konsekuensi. (Indriantoro dan Supomo, 1999:37). Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digambarkan oleh Tabel berikut:

**Tabel 1. Hasil Analisis Data**

Model	F	R	t	sig.
<i>Tangibles</i> ( $X_1$ ).			2,287	0,026
<i>Reliability</i> ( $X_2$ )			0,384	0,703
<i>Responsibeleness</i> ( $X_3$ )	15,240	0,756	1,762	0,084
<i>Asurance</i> ( $X_4$ )			0,774	0,442
<i>Empathy</i> ( $X_5$ )			1,415	0,163

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan pada analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif, signifikan *tangible* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 2,287 dengan tingkat signifikansi 0,026 lebih kecil dari 0,05 ( $0,026 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,366; maka hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti yaitu *tangible* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *reliability* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 0,384 dengan tingkat signifikansi 0,703 lebih besar dari 0,05 ( $0,703 > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,059; maka hipotesis kedua dalam penelitian ini terbukti yaitu *reliability* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 1,762 dengan tingkat signifikansi 0,084 lebih besar dari 0,05 ( $0,084 > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,273; maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini terbukti yaitu *responsiveness* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *assurance* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 0,774 dengan tingkat signifikansi 0,442 lebih besar dari 0,05 ( $0,442 > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,137; maka hipotesis keempat dalam penelitian ini terbukti yaitu *assurance* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 1,415 dengan tingkat signifikansi 0,163 lebih besar dari 0,05 ( $0,163 > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,180; maka hipotesis kelima dalam penelitian ini terbukti yaitu *emphaty* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang

Berdasarkan hasil uji F memperlihatkan bahwa pengaruh secara bersamaan dari seluruh variabel independen (*Tangibel*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang menunjukkan hasil yang signifikan. Hal tersebut ditunjukkan dari besarnya nilai F-hitung sebesar 15,240 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05).

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiono, Budi, dan Sumarno, (2006), "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang", EKSPLANASI, Vol. 1, no. 1, April 2006, p. 1 –18
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Nurmaidah. 2006. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Putri Hijau Medan (Tesis).
- Hasan. 2006. "Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang". Jurnal Ekonomi dan Bisnis, P 1-14.
- Iswahyudi, Haris. 2009. *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Amanah Ummah*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Program Studi Manajemen Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Surakarta.
- Jogiyanto .2009. Metodologi Penelitian Bisnis, Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Edisi Kedua BPFE. Yogyakarta
- Kotler, Philip. 1995. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengadiln. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 1997. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Control Jilid I. Edisi Kesembilan. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A., 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Munawaroh, Munjiati. 2000. *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan pada Industri Pendidikan di Yogyakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta: JSB No. 5 Vol 2
- Parasuraman, Zeithaml. A.V dan Berry L., 1985. *A Conceptual model of Service Quality*: Journal of Retailing, Vol. 7: 420-450.
- Royne, Maria Stafford, 1994. *How Customer Service Quality*. Journal of Retail Banking, Vol xvii, No 2 Summer 1-15.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat: Jakarta.
- Santoso, Singgih, *SPSS Statistik Multivariat*, 2002, Elek Media Komputindo, Jakarta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulistyan, R. B., Pradesa, H. A., & Kasim, K. T. 2017. Peran Mediasi Kepuasan dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Retensi Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Lumajang). *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 7, 77-87.
- Susanto, (2001), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah BPR-BKK KarangmalangKabupaten Sragen, Tesis tidak dipublikasikan, MM-UMS, Surakarta.
- Sutrayoga dan Pramudana, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Mobil Paramitha Auto Graha Denpasar*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud) Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Jakarta: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2016. Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4. Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta.
- Transtianingzah, Fia. 2006. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo (Tesis).