

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah

Handini Khaerunnisa^{*}

^{*} STIE La Tansa Mashiro, Rangkasbitung

Article Info	Abstract
Keywords: Excellent service, customer satisfaction	<i>This study aimed to determine the effect of excellent service to the satisfaction of the customers of Bank Jabar Banten branch of Pandeglang. Its population is a customer of Bank Jabar Banten branch Pandeglang utilize banking services on a daily basis, which amounts to 200 customers. Then the samples are to be taken as 20% of the daily attendance list of 40 clients. Analysis of the data used in solving this problem is to use quantitative analysis. Judging from the simple correlation coefficient between the variables known to service excellence and customer satisfaction variable has a very strong relationship. Finally it can be proved from the test of the hypothesis that shows that $t_{count} > t_{table}$, then H_a received or in other words, there is the influence of excellent service to the customers satisfaction.</i> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah Bank Jabar Banten Cabang Pandeglang. Populasinya
Corresponding Author: dini_han@yahoo.com	

adalah nasabah Bank Jabar Banten Cabang Pandeglang yang memanfaatkan jasa perbankan secara harian, yang berjumlah 200 nasabah. Maka sampel yang akan diambil yaitu 20% dari daftar hadir harian tersebut yaitu 40 nasabah. Analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah ini adalah dengan menggunakan analisis kuantitatif. Dilihat dari koefisien korelasi sederhana diketahui antara variabel pelayanan prima dan variabel kepuasan nasabah memiliki hubungan yang sangat kuat. Akhirnya dapat dibuktikan dari uji hipotesis yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah.

©2013 JSAB. All rights reserved

Pendahuluan

Dewasa ini semakin diyakini, kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Dalam membeli suatu produk, konsumen biasanya berusaha memaksimalkan nilai (*value*) yang dirasakannya. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Aset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu, tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah pelayanan prima (*service excellence*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (*customer satisfaction*).

Menurut Prasetyorini (2003) pelayanan prima (*excellent service/customer care*) secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik, atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan prima (*customer care*) adalah faktor kunci dalam suatu keberhasilan perusahaan. Jika bisnis bisa tumbuh dan berkembang dan tetap bisa

bertahan dalam persaingan maka keuntungan dan pendapatan juga harus meningkat. Sedangkan Barata (2004) menambahkan pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan.

Dalam memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas nasabah, pihak produsen jasa dapat berpedoman pada pelayanan prima (*service excellence*). Adapun unsur pokok pelayanan prima menurut Tjiptono (2002) “Pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 4 unsur pokok, antara lain: (1) kecepatan, (2) ketepatan, (3) keramahan, dan (4) kenyamanan”.

Kepuasan oleh Kotler (2005) didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang diharapkan. Dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya.” Maka hal tersebut dapat dijadikan sebagai tolok ukur untuk meningkatkan kepercayaan nasabah kepada perusahaan dalam hal layanan nasabah sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas nasabah. Supranto (2006) Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya.

Dengan demikian, unit-unit pelayanan perusahaan harus dapat mengutamakan kepuasan nasabah, yang dahulu hanya terkesan memberikan pelayanan dengan seadanya kini dituntut mampu memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah.

Kotler (1997) menyimpulkan bahwa “selain memahami harapan pelanggan, kesan kinerja perusahaan, dan kepuasan pelanggan mereka, perusahaan juga harus mengawasi kinerja pesaing mereka dalam bidang tersebut”. Jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank tidak hanya sekedar sikap dan tingkah laku para karyawan dalam menghadapi nasabah, tetapi juga harus

memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas nasabah, pihak produsen jasa dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima (*service excellence*).

Perusahaan dituntut untuk memahami dan meningkatkan pelayanan apa yang menjadi harapan nasabah dalam memutuskan apakah akan membeli suatu produk (barang dan jasa) atau tidak, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai sebuah organisasi yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya sangat tergantung pada pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan itu sendiri.

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan tugas dari manajemen perusahaan agar mampu menyusun strategi dan mengantisipasi penilaian nasabah sehingga perusahaan dapat menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Hal ini disebabkan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi nasabah dalam memutuskan pilihannya.

Dilihat dalam persaingan industri perbankan khususnya di Kota Pandeglang, Bank Jabar Banten Cabang Pandeglang merupakan salah satu bank yang harus bersaing dengan bank-bank lain yang ada di Kota Pandeglang. Dalam rangka mendukung pencapaian visi dan misi Bank Jabar Banten telah melakukan beberapa perubahan, Salah satunya perubahan budaya perusahaan. Budaya perusahaan tersebut mencerminkan semangat Bank Jabar Banten dalam menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat dan dinamis.

Nilai-nilai budaya perusahaan (*corporate values*) yang telah dirumuskan yaitu “*Go Spirit*” yang merupakan perwujudan dari *service excellence*, *professionalism*, *integrity*, *respect*, *intelligence*, *trust*. Namun setelah diidentifikasi terdapatnya beberapa masalah, khususnya pada Bank Jabar Banten Cabang Pandeglang yaitu bervariasinya karakteristik para pegawai sehingga adanya perbedaan dalam memberikan pelayanan, pelayanan yang diberikan kurang maksimal sehingga yang memiliki kesetiaan hanya sebagian nasabah, belum terlaksana mekanisme pelayanan yang prima terhadap kebutuhan nasabah,

kurangnya komunikasi yang baik antara pegawai dengan nasabah, serta persaingan antara perbankan sejenis dengan menggunakan jasa pelayanan yang lebih baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah Bank Jabar Banten Cabang Pandeglang. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh langsung pelayanan prima (*service excellence*) terhadap kepuasan nasabah (*customer satisfaction*).

Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah survei dengan pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis dan secara umum data yang disajikan adalah dalam bentuk angka-angka yang dihitung melalui uji statistik.

Penelitian dilakukan dengan memperhatikan proses pelayanan pada suatu perusahaan dimulai dari menyapa konsumen, menyampaikan informasi yang ada, sampai melayani kebutuhan nasabah dengan melakukan sebuah transaksi. Dengan memperhatikan bagaimana pelayanan prima yang dilakukan oleh perusahaan dalam tujuan meningkatkan kepuasan nasabah. Sedangkan korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan variabel Y.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengambil data dari perusahaan yang bersangkutan dengan cara: observasi, kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Jabar Banten cabang Pandeglang yang memanfaatkan jasa perbankan secara harian. Adapun jumlah daftar hadir nasabah rata-rata harian berkisar 200 nasabah. Maka sampel yang akan diambil yaitu 20% dari daftar hadir harian tersebut yaitu 40 nasabah yang akan diberikan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang penulis lakukan adalah dengan cara *random sampling*.

Instrumen penelitian dilakukan dengan datang langsung pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini peneliti datang langsung ke Bank Jabar Banten cabang Pandeglang dengan memperhatikan berbagai kejadian dan kegiatan pelayanan

yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah dengan memberikan pertanyaan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengambilan data yang berbentuk daftar pertanyaan dan diberikan alternatif jawabannya. Dan secara langsung dijelaskan kepada responden cara pengisiannya kemudian dijawab oleh responden, setelah semua pertanyaan dijawab selanjutnya dikumpulkan kepada peneliti untuk pengolahan data.

Untuk menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji (t) yaitu untuk menguji keberartian/signifikasi regresi secara keseluruhan dengan menggunakan rumus hipotesis yaitu:

Hipotesis Statistik:

- a. $H_0 : p = 0$, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh pelayanan prima dengan kepuasan nasabah pada Bank Jabar Banten cabang Pandeglang.
- b. $H_1 : p \neq 0$, terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh pelayanan prima dengan kepuasan nasabah pada Bank Jabar Banten cabang Pandeglang.

Kriteria Penerimaan Hipotesis:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 : diterima, artinya terdapat pengaruh antara pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 : diterima, artinya tidak terdapat pengaruh antara pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Mengenai data dari hasil penelitian mengenai variabel bebas yaitu pelayanan prima (variabel X) yang dijangkau melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 8 butir instrumen dengan penggunaan skala pilihan jawaban skala lima (5 opsi). Sebaran data pelayanan prima (variabel X) sebagai berikut:

Tabel 1
Tanggapan Responden
Pengaturan Waktu Dalam Memberikan Pelayanan

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	13	32,5%	65
Baik	4	24	60%	96
Cukup Baik	3	3	7,5%	9
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	170

Tabel 2
Tanggapan Responden
Tindak Lanjut Keluhan Dalam Pelayanan

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	15	37,5%	75
Baik	4	20	50%	80
Cukup Baik	3	5	12,5%	15
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	170

Tabel 3
Tanggapan Responden
Respon Petugas dalam Pelayanan Kepada Nasabah

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	16	40%	80
Baik	4	22	55%	88
Cukup Baik	3	2	5%	6
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	174

Tabel 4
Tanggapan Responden
Tingkat Kedisiplinan Para Petugas Dalam Melakukan Pelayanan

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	20	50%	100
Baik	4	15	37,5%	60
Cukup Baik	3	5	12,5%	15
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	175

Tabel 5
Tanggapan Responden
Sikap Petugas Ketika Melayani Nasabah

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	14	35%	70
Baik	4	22	55%	88
Cukup Baik	3	4	10%	12
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	170

Tabel 6
Tanggapan Responden
Penampilan Petugas

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	24	60%	120
Baik	4	12	30%	48
Cukup Baik	3	4	10%	12
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	180

Tabel 7
Tanggapan Responden
Tempat Untuk Melayani Para Nasabah

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	18	45%	90
Baik	4	19	47,5%	76
Cukup Baik	3	3	7,5%	9
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	175

Tabel 8
Tanggapan Responden
Fasilitas Pelayanan BJB Cabang Pandeglang

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	15	37,5%	75
Baik	4	19	47,5%	76
Cukup Baik	3	6	15%	18
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	169

Data dari hasil penelitian mengenai variabel terikat yaitu kepuasan nasabah (variabel Y) yang dijangkau melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 6 butir instrumen dengan penggunaan skala pilihan jawaban skala lima (5 opsi). Sebaran data kepuasan nasabah (variabel Y) sebagai berikut:

Tabel 9
Tanggapan Responden
Pelayanan yang Dirasakan Nasabah BJB Cabang Pandeglang

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	20	50%	100
Baik	4	13	32,5%	52
Cukup Baik	3	7	17,5%	21
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	173

Tabel 10
Tanggapan Responden
Kualitas Pelayanan BJB Cabang Pandeglang

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	12	30%	60
Baik	4	25	62,5%	100
Cukup Baik	3	3	7,5%	9
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	169

Tabel 11
Tanggapan Responden
Kenyamanan yang Dirasakan Nasabah BJB Cabang Pandeglang

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	16	40%	80
Baik	4	19	47,5%	76
Cukup Baik	3	5	12,5%	15
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	171

Tabel 12
Tanggapan Responden
Perhatian Petugas BJB Cabang Pandeglang Dalam Memberikan Pelayanan

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	13	32,5%	65
Baik	4	25	62,5%	100
Cukup Baik	3	2	5%	6
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	171

Tabel 13
Tanggapan Responden
Prosedur Pelayanan Petugas BJB Cabang Pandeglang

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	19	47,5%	95
Baik	4	16	40%	64
Cukup Baik	3	5	12,5%	15
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	174

Tabel 14
Tanggapan Responden
Produk BJB Cabang Pandeglang

Pilihan	Bobot	Frekuensi	Persentase	Jumlah
Sangat Baik	5	15	37,5%	75
Baik	4	21	52,5%	84
Cukup Baik	3	4	10%	12
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Total		40	100%	171

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah pada Bank Jabar Banten cabang Pandeglang, setelah dilakukan pengumpulan data melalui penyebaran pertanyaan kepada sejumlah responden. Analisa korelasi bertujuan untuk mengemukakan ada atau tidaknya hubungan diantara variabel yang diteliti, dan apabila terdapat hubungan maka dapat diketahui seberapa erat hubungan tersebut. Untuk mengetahui erat tidaknya hubungan antara kedua variabel antara pelayanan prima dan kepuasan nasabah

tersebut, besarnya koefisien dapat ditentukan dengan menggunakan rumus korelasi sederhana yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2) \cdot (\sum y^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{35601}{\sqrt{(48003) (26571)}}$$

$$r_{xy} = 0,996$$

Dari perhitungan di atas, diperoleh nilai r_{xy} yaitu 0,996. Hal ini menggambarkan bahwa antara kedua variabel tersebut yaitu antara variabel X pelayanan prima dan variabel Y kepuasan nasabah mempunyai hubungan yang sangat kuat. Sesuai dengan Tabel 10 dapat dilihat interval koefisien diantara 0,80–1,000 tingkat hubungan sangat kuat, dengan demikian di Bank Jabar Banten cabang Pandeglang tingkat pelayanan prima mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan nasabah.

Sedangkan untuk mengetahui besarnya kontribusi kedua variabel X pengaruh pelayanan prima dan variabel Y kepuasan nasabah maka menggunakan rumus koefisien determinasi:

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

$$\begin{aligned} \text{Dimana: } KD &= (0,996)^2 \times 100 \% \\ &= 0,992016 \times 100 \% \\ &= 99,2016\% \end{aligned}$$

Hasil diatas memberikan arti bahwa variabel pelayanan prima memberikan kontribusi sebesar 99,2016% terhadap variabel kepuasan nasabah dan 0,7984% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Untuk mengetahui adanya hubungan yang berarti (signifikan) atau tidak antara variabel X dengan variabel Y, maka digunakan uji hipotesis. Pengujian hipotesis ini menggunakan kriteria sebagai berikut:

$H_0: \rho = 0$ Tidak ada hubungan yang positif antara pelayanan prima dengan kepuasan nasabah.

$H_a: \rho \neq 0$ Ada hubungan yang positif antara pelayanan prima dengan kepuasan nasabah.

Untuk menghitung hipotesis H_0 yaitu dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,996\sqrt{40-2}}{\sqrt{1-0,996^2}}$$

$$t = 68,7128$$

Dari hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 68,7128 untuk mengetahui diterima atau ditolak hipotesis yang dirumuskan, maka terlebih dahulu nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka hipotesis nilai (H_0) ditolak dengan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

Nilai t_{tabel} pada *level off significant* 1 % (0,01) dengan *degree of freedom* (df) = (40-2=38), karena 38 tidak ada dalam data nilai-nilai distribusi t, maka dilakukan interpolasi sehingga ditemukan nilai t_{tabel} 2,720. Dengan demikian, jika dibandingkan antara nilai t_{hitung} (68,7128) maka dengan demikian nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , ini berarti H_a diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah.

Simpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasannya, maka peneliti dapat menarik suatu kesimpulan yaitu terdapat pengaruh langsung pelayanan prima (*Service Excellence*) terhadap kepuasan nasabah (*Customer Satisfaction*). Dengan demikian peningkatan pelayanan prima (*Service Excellence*) akan meningkatkan kepuasan nasabah (*Customer Satisfaction*).

Daftar Pustaka

- Barata, Atep Adya. (2004). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. (2002). *Marketing Management*. Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dalam *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- _____. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- _____. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip, et al. (1999). *Marketing Management An Asian Perspective*. Diterjemahkan oleh Fandy Tjiptono dalam *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: ANDI and Simon & Shuster (Asia) Pte. Ltd.
- Laporan Tahunan, (2010). *Annual Report Bank BJB*. Jakarta.
- Prasetyorini, Retno. (2003). *Kelompok Bisnis dan Manajemen*. Temanggung: Guruvalah Inc.
- Rangkuti, Freddy. (2003). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. SUN.
- Sugiyono. (2001). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan-Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management-Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.

