

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PENSIUNAN PADA BANK TABUNGAN
PENSIUNAN NASIONAL DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH



Oleh :

DENY

NIM : 2013621117

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2014**

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENSIUNAN PADA BANK TABUNGAN PENSIUNAN NASIONAL DI SURABAYA

Deny, R.Wilopo, Soni Harsono

Pascasarjana STIE Perbanas Surabaya

STIE Perbanas Surabaya

Email : deny.pribadi@yahoo.co.id

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya 60118, Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine effects of service quality toward customer satisfaction on Bank Tabungan Pensiunan Nasional in Surabaya. There are five independent variables compiled into a research model to explain customer satisfaction level, i.e tangible, responsiveness, assurance, reliability, and empathy. The process of data collection used convenience sampling method on every customer who visited to Bank Tabungan Pensiunan Nasional in Surabaya. From 250 questionnaires distributed to consumer overall had completed answer so it questionnaires could be analyzed. The method analysis used in this research is multiple regression linear using the program SPSS 11.00. The result showed that tangible, assurance, and empathy had significant relationship toward customer satisfaction, on the other hand responsiveness and reliability had no significant relationship toward customer satisfaction. The management implication and suggestions for Bank BTPN as service provider were also discussed at the end of this research.

Key words : tangible, responsiveness, assurance, reliability, empathy, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Layanan perbankan terhadap para pensiunan merupakan bisnis jasa segmen pensiun yang mengalami perkembangan pada saat ini, untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pada nasabah pensiunan, perusahaan melakukan perbaikan kualitas jasa yang berperan dalam menentukan keberhasilan menjadi *mass market* di segmen pensiunan yang peduli terhadap para pensiunan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, yang mengerti terhadap para pensiunan serta mampu memberikan kepercayaan terhadap nasabah pensiunan. Bisnis pensiun mulai berkembang dan mulai diadopsi oleh banyak bank-bank lain, dan menumbuhkan lingkungan yang kompetitif, semakin kompetitifnya persaingan loyalitas pun dengan cepat berubah (Eshghi, *et al.* 2008).

Mengingat pensiun merupakan segmen yang terorganisasi tidak terlepas dengan budaya asia adalah kolektif dalam berbagai organisasi dan institusi (Hofstede, 2001) dalam hal ini, informasi didalam organisasi merupakan sebuah iklan penting bagi bank, bahwa pelanggan yang puas akan memberikan informasi kepada orang lain tentang pengalamannya. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam pelayanan dan menjadi salah satu perhatian utama nasabah dalam memilih bank. Ketidakpuasan atau kepuasan nasabah erat kaitannya dengan kualitas jasa. Kualitas jasa perbankan berdasarkan teori-teori kualitas jasa (Goetsch & Davis, 1994 dalam Tjiptono, 2008) dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumberdaya manusia, proses dan lingkungan perbankan yang memenuhi harapan.

Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang saling terkait sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada nasabah akan menghasilkan kesan dan memberikan penilaian yang tepat. Berdasarkan persepsi inilah nasabah tertarik dan melakukan pembelian. Citra yang ada dibenak nasabah timbul karena proses persepsi. Bagaimana nasabah menilai sebuah kualitas jasa juga sangat ditentukan oleh persepsinya. Keberhasilan dalam pemosisian produk juga sangat tergantung pada persepsi yang ada dibenak nasabah (Suryani, 2008).

PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional berdiri pada tahun 1958 sebagai BAPEMIL (Badan Pegawai Pensiunan Militer) dan berubah nama pada tahun 1986 menjadi Bank Tabungan Pensiunan Nasional dan juga terdaftar sebagai Bank Umum di tahun 1993. Berawal dari Bank swasta nasional murni yang fokus melayani para nasabah pensiunan baik dari Pegawai Negeri Sipil, pegawai BUMN dan ABRI dengan perkembangan dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat di sektor perbankan pada era saat ini tentunya Bank Tabungan Pensiunan Nasional dituntut untuk berbenah diri. Pada tanggal 14 maret 2008 Bank BTPN diakuisisi oleh Texas Pacific Group (TPG) sebuah perusahaan manajemen investasi swasta asing. Melalui TPG Nusantara S.a.r.l yang merupakan afiliasi dari TPG telah mengakuisisi 71,61% saham dari Bank Tabungan Pensiunan Nasional. Pada tahun yang sama ditanggal sebelumnya Bank BTPN terdaftar di bursa efek Jakarta. Dengan adanya perubahan secara signifikan pada susunan manajemen baik pada susunan pemangku pejabat dan pengembangan struktur organisasi juga turut dilakukan oleh Bank BTPN.

Berdasarkan data publikasi yang ada Bank BTPN dikategorikan sebagai bank dengan suku bunga yang paling besar dari 10 Bank Nasional di Indonesia, namun Bank BTPN mengalami

pertumbuhan laba didorong dengan tingginya pertumbuhan kredit diakhir tahun 2012. Melalui adanya perubahan pada standarisasi kualitas layanan sebagai upaya memberikan layanan prima kepada nasabah pensiunannya dengan membandingkan hasil pengukuran layanan prima perbankan Indonesia yang telah disajikan oleh biro riset Infobank (2012) dan terlihat Bank BTPN tidak masuk dalam sepuluh bank terbaik pada pengukuran layanan prima, untuk itu penulis tertarik untuk mengkaji kualitas layanan Bank BTPN di Surabaya.

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Kepuasan Nasabah

Menurut Mano & Oliver dalam Tjiptono & Chandra (2011) kepuasan adalah sikap seperti penilaian evaluasi purna-konsumsi yang bervariasi berdasarkan kontinum hedonis. Sedangkan menurut Cadotte, Woodruff & Jenkins dalam Tjiptono & Chandra (2011) kepuasan dapat dikonseptualisasikan sebagai perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk. Perasaan yang dirasakan dapat berupa perasaan senang ataupun kecewa yang timbul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kotler dan Amstrong (2008) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Kasmir (2008:67-68) komponen yang mendukung kepuasan nasabah dalam dunia perbankan adalah :

1. *Tangible*, merupakan bukti fisik yang harus dimiliki oleh sebuah bank seperti gedung, perlengkapan kantor, daya tarik karyawan, sarana komunikasi, dan sarana fisik lainnya. Bukti fisik ini harus menarik dan modern.
2. *Responsiveness*, yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan

bank dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu.

3. *Assurance*, adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini penting bagi nasabah agar yakin transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran.
4. *Reliability*, yaitu kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta memuaskan pelanggannya. Guna mendukung hal ini maka setiap karyawan bank sebaiknya diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuannya.
5. *Empathy*, yaitu mampu memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Kemudian juga mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabah secara cepat dan tepat. Dalam hal ini masalah prosedur kerja dan dihubungkan dengan tingkat pelayanan kepada nasabah.

Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

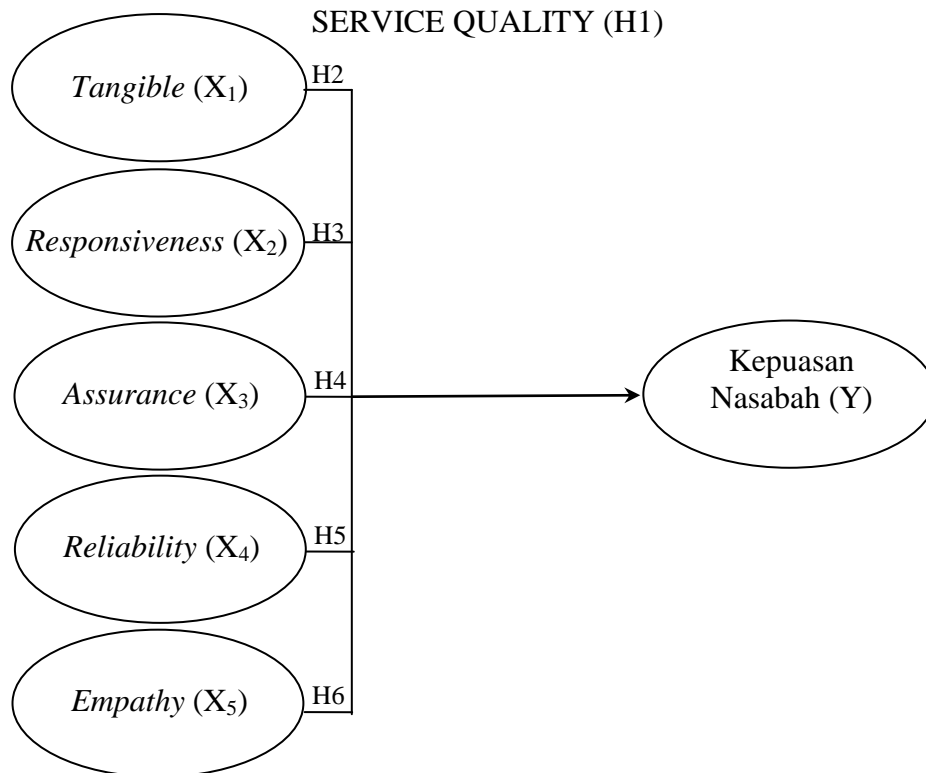
1. Sistem Keluhan dan Saran
Organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.
2. Pembelanja Siluman (*Ghost Shopping*)
Cara lain untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial dan

mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa. Kemudian setelah itu mereka harus melaporkan hasil temuan-temuannya yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk, mengamati dan menilai cara penanganan layanan, permintaan spesifik dari pelanggan, serta menjawab pertanyaan mengenai keluhan.

3. Analisis Pelanggan yang Hilang (*Lost Customer Analysis*)
Perusahaan menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau beralih, hal ini harus dilakukan sebab hal ini bisa dikatakan bahwa perusahaan telah gagal dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya
4. Survei Kepuasan Pelanggan
Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan pesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggan mereka.

Hubungan Antara Kualitas Jasa dan Kepuasan Nasabah

Kualitas jasa adalah salah satu faktor kunci kesuksesan yang mempengaruhi persaingan antara perusahaan pada saat ini. Sebuah bank dapat membedakan dirinya dari para pesaing lainnya melalui penyediaan jasa yang berkualitas tinggi (Siddiqi, 2010). Kepuasan nasabah yang tinggi sangat diperlukan untuk menjaga basis nasabah yang loyal dimiliki oleh bank (Prabhakaran, 2003 dalam Siddiqi, 2010). Kumar, *et al* (2009) menyatakan bahwa penyediaan jasa yang berkualitas tinggi akan menghasilkan kepuasan nasabah yang tinggi dan meningkatnya loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Parasuraman, *et al* (1985) dan Naeem, *et al* (2009) yang dalam penelitiannya menemukan hubungan bahwa kepuasan nasabah merupakan hasil *output* dari kualitas jasa yang diberikan kepada nasabah.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang dikembangkan adalah sebagai berikut :

- H1 : Kualitas layanan perbankan yang meliputi *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability* dan *empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan Bank BTPN.
- H2 : Aspek *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan Bank BTPN.
- H3 : Aspek *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan Bank BTPN.
- H4 : Aspek *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan Bank BTPN.
- H5 : Aspek *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan Bank BTPN.
- H6 : Aspek *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan Bank BTPN.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Berdasarkan tipe penelitian, penelitian ini termasuk penelitian penjelasan atau penelitian eksplanatori, karena penelitian ini ingin menjelaskan bagaimana pengaruh kualitas layanan perbankan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap tingkat kepuasan nasabah. Jika ditinjau dari sumber data yang diambil, maka penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian yang menggunakan sumber data primer, karena penelitian ini mengambil sumber data langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah.

Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi hanya pada nasabah pensiunan Bank BTPN di Kota Surabaya. yang telah menjadi nasabah minimal selama 6 bulan.

Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability*, dan *empathy* serta kepuasan nasabah.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Terdapat enam variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Masing-masing variabel diukur menggunakan skala *likert* dengan bobot 1 sampai 5. Penjelasan dari setiap variabel adalah sebagai berikut :

1. *Tangible*
Tangible adalah bukti fisik dari fasilitas jasa yang diberikan kepada nasabah dapat berupa bangunan gedung, teknologi yang digunakan, kebersihan ruangan, dan lain-lain. Bukti fisik ini merupakan tampilan nyata yang dapat dilihat oleh nasabah secara kasat mata.
2. *Responsiveness*
Responsiveness adalah seberapa cepat perusahaan dapat peka dan memahami setiap kebutuhan dari nasabah yang bervariasi. Daya tanggap ini menunjukkan bagaimana bank selalu sigap dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah.
3. *Assurance*
Assurance adalah jaminan kepada nasabah bahwa layanan yang diberikan akan sesuai dengan yang dijanjikan. Faktor jaminan menjadi salah satu kunci dalam memberikan pelayanan mengingat didalam perbankan jasa yang diberikan kepada nasabah bisa berbeda antara satu dengan lainnya.
4. *Reliability*
Reliability adalah kehandalan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah. Sampai sejauh mana layanan yang diberikan oleh pihak bank dapat dihandalkan oleh nasabah pada saat dibutuhkan.
5. *Empathy*
Empathy adalah usaha untuk mengerti kebutuhan dan keinginan dari nasabah,

bagaimana karyawan bank memposisikan diri jika berada pada pihak nasabah. Aspek pelayanan ini menjadi sangat penting bagi perbankan karena nasabah yang dilayani sangat beragam.

6. *Kepuasan Nasabah*
Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya (Kotler dan Armstrong, 2008).

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah pensiunan yaitu nasabah yang memiliki fasilitas pembayaran pensiun setiap bulannya melalui Bank BTPN. Sampel adalah bagian dari populasi keseluruhan yang dipilih secara cermat agar mewakili populasi (Sugiyono, 2003). Oleh karena itu sampel yang diambil dari populasi harus mewakili sasaran dari penelitian. Sampel dari penelitian ini adalah nasabah pensiunan pada Bank BTPN yang sudah menjadi nasabah minimal selama 6 bulan dan datang sendiri ke bank tanpa diwakilkan atau dikuasakan pihak lain. Jumlah sampel yang disyaratkan dari penelitian ini adalah 250 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* yaitu sistem pengambilan sampel yang tidak dibatasi dimana anggota sampel dipilih karena mudah dijangkau dan mudah didapatkan (Cooper & Schindler, 2008). Lokasi pengambilan sampel diseluruh cabang Bank BTPN di Surabaya yang melayani pembayaran pensiunan yaitu KC Kertajaya, KC Indrapura, KCP Ciliwung, KCP Kemayoran, dan KCP Teratai. Kuesioner dibagikan kepada nasabah yang datang ke bank sambil menunggu nomor antrian dipanggil oleh petugas bank.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Data analisa yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dari menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank BTPN di Kota Surabaya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dimana setiap nasabah mengisi pertanyaan yang tertera didalam kuesioner kemudian dibuat tabulasi untuk kepentingan analisa data.

Teknik Analisis Data

Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah maka digunakan teknik analisis regresi berganda melalui bantuan program SPSS 12.0. Model persamaan analisa regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

X₁ = *Tangible*

X₂ = *Responsiveness*

X₃ = *Assurance*

X₄ = *Reliability*

X₅ = *Empathy*

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien regresi variabel X₁ - X₅

e = Error term (faktor pengganggu)

Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menguji pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Terdapat lima variabel independen yaitu *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability*, dan *empathy* serta satu variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Pengujian dilakukan dengan metode regresi linear berganda. Adapun tahap pengujian adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis statistik
2. Menentukan $\alpha = 5\%$
3. Menentukan criteria penerimaan dan penolakan Ho
4. Uji F dengan metode ANOVA digunakan untuk mengetahui hubungan variabel dependen dan independen

secara simultan dapat dilihat pada signifikansi F. Bila hasil signifikansi F kurang dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) maka hipotesis penelitian diterima. Sebaliknya jika hasil signifikansi F lebih dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) maka hipotesis penelitian ditolak.

5. Uji t dengan metode ANOVA digunakan untuk mengetahui hubungan variabel dependen dan independen secara parsial dapat dilihat pada signifikansi t. Bila hasil signifikansi t kurang dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) maka hipotesis penelitian diterima. Sebaliknya jika hasil signifikansi t lebih dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) maka hipotesis penelitian ditolak.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Gambaran Subyek Penelitian

Responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 250 nasabah pensiunan dari Bank BTPN yang tersebar di lima cabang BTPN layanan pensiun di Kota Surabaya, yaitu cabang Kertajaya, Indrapura, Ciliwung, Kemayoran, dan Teratai. Pengambilan sampel dilakukan secara acak dengan metode *convenience sampling* yaitu sistem pengambilan sampel yang tidak dibatasi dimana anggota sampel dipilih karena mudah dijangkau dan mudah didapatkan. Responden yang terdiri sebanyak 250 nasabah berasal dari cabang Kertajaya sebanyak 89 orang, Indrapura 75 orang, Ciliwung 32 orang, Kemayoran 28 orang, dan Teratai sebanyak 26 orang. Berdasarkan kuesioner yang telah dianalisis didapatkan informasi baik tentang gambaran umum responden maupun mengenai profil nasabah pensiunan Bank BTPN di Kota Surabaya sesuai pada tabel 1.

TABEL 1
GAMBARAN DEMOGRAFIS
RESPONDEN

Demografis Responden	(N)	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	99	39,60%
Perempuan	151	60,40%
Usia		
55-59 Tahun	59	23,60%
60-64 Tahun	65	26,00%
65-69 Tahun	67	26,80%
70-74 Tahun	59	23,60%
Pendidikan Terakhir		
SMP	47	18,80%
SMA	191	76,40%
S1	12	4,80%
Lama Menjadi Nasabah		
<5 tahun	59	23,60%
5 – 10 tahun	78	31,20%
> 10 tahun	113	45,20%

Jumlah responden nasabah pensiunan Bank BTPN yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 99 orang, jumlah ini lebih kecil daripada nasabah pensiunan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 151 orang. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah pensiunan Bank BTPN lebih banyak didominasi oleh wanita. Mayoritas usia dari responden nasabah pensiunan Bank BTPN Surabaya berada pada kisaran antara 55 tahun sampai dengan 74 tahun. Hal ini disebabkan karena aturan umur pensiun yang ditetapkan di Indonesia minimal 55 tahun. Data usia responden dibagi kedalam 4 kelas berbeda yang masing-masing kelas memiliki jumlah frekuensi tidak jauh berbeda. Responden pada kisaran umur 65 sampai 69 tahun merupakan golongan usia yang jumlahnya

paling besar dari responden penelitian ini yaitu 26,80%, sedangkan kelas usia 55 sampai 59 tahun dan 70 sampai 74 tahun memiliki persentase yang sama besar yaitu 23,60%. Mayoritas nasabah pensiunan Bank BTPN memiliki pendidikan terakhir SMA dengan jumlah 191 orang atau sekitar 76,40 % dari keseluruhan responden. Peringkat kedua pendidikan terakhir dari nasabah pensiunan Bank BTPN adalah SMP dengan jumlah 47 orang. Jumlah yang paling kecil dari latar belakang pendidikan responden adalah S1 yaitu sebanyak 12 orang atau 4,80% dari keseluruhan responden. Hasil deskriptif dari pendidikan terakhir responden menunjukkan bahwa mayoritas nasabah pensiunan Bank BTPN adalah nasabah yang memiliki pendidikan kelas menengah. Mayoritas nasabah pensiunan merupakan nasabah yang loyal untuk selalu mengambil pensiun di Bank BTPN, walaupun pada saat ini juga telah banyak bank lain yang menyediakan jasa layanan pemberian pensiun yang serupa. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah 113 orang atau 45,20% dari total responden sudah menjadi nasabah Bank BTPN lebih dari 10 tahun. Sedangkan pada peringkat kedua yaitu nasabah yang telah menjadi nasabah Bank BTPN antara 5 sampai 10 tahun sebanyak 78 orang atau 31,20% dari total keseluruhan responden. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan jasa perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pensiunan Bank BTPN maka dalam penelitian ini digunakan model analisis regresi linear berganda yang dalam pengelolaan datanya menggunakan program SPSS 12.0.

TABEL 2
INSTRUMEN PENELITIAN

Pertanyaan Indikator	Rata2	Loading	Reliability
Tangible (X1)			
BTPN memiliki tampilan fisik yang menarik	3.52	0.631	0.7007
BTPN memiliki fasilitas peralatan yang modern	3.23	0.646	
BTPN memiliki desain visual yang sesuai dengan jenis jasa yang ditawarkan	3.46	0.730	
Meja petugas BTPN selalu dalam keadaan rapi pada saat melayani saya	3.68	0.527	
Responsiveness (X2)			
Karyawan BTPN tidak pernah terlihat sibuk dalam menanggapi permintaan nasabah	3.81	0.374	0.7281
BTPN memiliki karyawan yang mampu memberikan perhatian secara personal kepada nasabah	3.50	0.790	
Karyawann BTPN selalu menginformasikan kepada nasabah perihal kapan nasabah tersebut dapat dilayani	3.80	0.714	
Karyawan BTPN selalu ingin membantu kebutuhan nasabah	3.20	0.426	
Assurance (X3)			
BTPN memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	2.94	0.770	0.8615
BTPN memberikan layanan kepada nasabah dengan baik	2.86	0.902	
Tidak pernah terjadi kesalahan dalam layanan yang diberikan BTPN kepada nasabah	2.74	0.848	
BTPN melakukan segala sesuatunya dalam waktu tertentu sesuai dengan yang dijanjikan	2.72	0.842	
Reliability (X4)			
BTPN melayani nasabah dengan tepat saat saya pertama kali datang ke bank	3.71	0.890	0.8509
Perilaku dari karyawan BTPN menimbulkan rasa percaya diri bagi nasabah	3.96	0.738	
Saya merasa aman untuk bertransaksi keuangan menggunakan Bank BTPN	3.70	0.894	
Karyawan BTPN memiliki pengetahuan yang luas dalam menjawab segala pertanyaan dari nasabah	3.92	0.789	
Empathy (X5)			
Karyawan BTPN memberikan perhatian secara personal kepada setiap nasabah	3.53	0.793	0.8627
BTPN memiliki jam layanan operasional yang sesuai dengan keinginan nasabah	3.63	0.926	
Karyawan BTPN selalu menempatkan kepentingan nasabah diatas kepentingan lainnya	3.52	0.918	
Karyawan BTPN selalu melayani dengan sepenuh hati dalam memberikan solusi atas permasalahan nasabah	3.50	0.738	
Kepuasan Nasabah (Y)			
Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh BTPN	3.62	0.779	0.8496
Harapan saya akan layanan perbankan yang baik dapat terpenuhi melalui BTPN	3.77	0.906	
Pelayanan yang diberikan oleh BTPN saat ini sebanding dengan harapan pelayanan ideal saya	3.64	0.911	
Sampai sejauh ini layanan yang diberikan oleh BTPN memuaskan bagi saya	3.59	0.734	

Tabel 3
HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Variabel	Koefisien	Signifikansi
Konstanta	0,286	0,002
<i>Tangible (X1)</i>	0,094	0,021*
<i>Responsiveness (X2)</i>	0,003	0,907
<i>Assurance (X3)</i>	0,055	0,032*
<i>Reliability (X4)</i>	0,032	0,478
<i>Empathy (X5)</i>	0,699	0,000*
R	0,827	
R Square	0,684	
Adjusted R Square	0,677	
Signifikansi	0,000	

*Sig 5%

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek *tangible*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan dua variabel independen lainnya yaitu *responsiveness* dan *reliability* tidak berpengaruh signifikan.

Pembahasan

Pembahasan Hipotesis 1

Aspek - aspek yang dirasakan oleh nasabah untuk memberikan penilaian terhadap kualitas layanan mengandung unsur yang sangat kompleks (Siddiqi, 2010). Dalam menggunakan jasa perbankan nasabah harus yakin bahwa layanan yang disediakan oleh pihak bank tersebut dapat memiliki wujud fisik yang baik, daya tanggapnya cepat, memiliki jaminan layanan tersebut sesuai dengan yang dijanjikan, dapat diandalkan setiap saat, serta rasa empati yang kuat terhadap nasabah. Hal tersebut yang membuat kualitas layanan perbankan secara simultan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah pensiunan Bank BTPN di Kota Surabaya.

Berbagai macam keuntungan dan kemudahan dari adanya kualitas layanan perbankan dapat dirasakan oleh bank sebagai penyedia jasa layanan dan juga nasabah sebagai pengguna layanan. Hal ini mendorong pihak bank harus mampu semakin meningkatkan kualitas layanan perbankan di masa mendatang, salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan melakukan evaluasi internal, survei kepuasan nasabah, maupun *mystery shopper*. Kepuasan nasabah akan memberikan dampak timbal balik yang positif bagi pihak bank antara lain yaitu loyalitas nasabah meningkat, daya persuasif komunikasi mulut ke mulut (*word of mouth*), reduksi sensitifitas harga, dan indikator kesuksesan perusahaan di masa depan (Kotler dan Armstrong, 2008).

Pembahasan Hipotesis 2

Hasil penelitian yang menunjukkan terdapat hubungan signifikan antara

variabel wujud fisik dan kepuasan nasabah sejalan dengan hasil penelitian dari Siddiqi (2010). Segmen nasabah BTPN yang pensiunan memiliki tingkat ekspektasi yang rendah dalam kualitas layanan, segmen ini tidak terlalu banyak menuntut pihak bank dapat memberikan layanan superior kepada nasabah. Terbukti dengan desain bank yang tidak terlalu modern dan peralatan serta sistem perbankan yang sangat standar tetap dapat membuat nasabah merasa puas dalam pelayanan. Hal ini didukung dengan adanya data bahwa mayoritas nasabah pensiunan di BTPN adalah nasabah yang loyal dengan lama menjadi nasabah diatas 10 tahun. Tetapi hal tersebut tidak boleh membuat BTPN menjadi cepat berpuas diri. Dalam upaya untuk meningkatkan wujud fisik yang lebih baik lagi dimasa mendatang maka bank harus selalu senantiasa melakukan pengecekan setiap hari terhadap kebersihan bank dan juga pemutakhiran dari fasilitas peralatan yang dimiliki. Jika tampilan fisik dapat selalu menarik setiap hari dan juga fasilitas penunjang terus memadai akan membuat nasabah merasa puas dengan BTPN sehingga dapat terus menggunakan jasa layanan BTPN sebagai bank pilihan.

Pembahasan Hipotesis 3

Hasil penelitian yang menunjukkan terdapat hubungan tidak signifikan antara variabel daya tanggap dan kepuasan nasabah tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Siddiqi (2010). Hal ini disebabkan karena pada penelitian terdahulu dilakukan pada lima bank terbesar di Bangladesh dimana nasabah pada bank tersebut sangat mempertimbangkan aspek daya tanggap untuk membentuk kepuasan dalam diri nasabah. Sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada bank dengan basis pensiunan dimana nasabah tidak terlalu memprioritaskan aspek daya tanggap dalam pemberian layanan perbankan setiap hari. Mayoritas nasabah pensiunan yang melakukan transaksi di BTPN seperti

pengambilan pensiun, penarikan tunai, dan transfer ke bank lain rela menunggu lama di bank dengan nomor antrian yang panjang dikarenakan mereka juga melakukan kegiatan sosialisasi dengan sesama nasabah pensiunan lainnya. Kegiatan tersebut bisa berupa arisan, temu wicara, dan membahas kegiatan masing-masing pada saat setelah pensiun. Sehingga mereka tidak ingin dilayani terlalu cepat oleh pihak bank agar masih bisa berbincang-bincang dengan rekan sejawatan lainnya. Hal ini membuat faktor daya tanggap atau kecepatan dalam pelayanan menjadi faktor yang tidak terlalu diutamakan bagi nasabah dalam merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh BTPN.

Pembahasan Hipotesis 4

Hasil penelitian yang menunjukkan terdapat hubungan signifikan antara variabel jaminan dan kepuasan nasabah sejalan dengan hasil penelitian dari Siddiqi (2010). Hasil nilai rata-rata variabel jaminan yang rendah tetapi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa nasabah ada yang merasa puas dan tidak puas dengan aspek jaminan yang diberikan oleh BTPN. Penilaian tidak puas atas aspek jaminan membuat nilai rata-rata keseluruhan aspek jaminan menjadi rendah. Hasil analisa statistik variabel jaminan memiliki koefisien 0,055 yang artinya variabel tersebut hanya berpengaruh kecil sebanyak 5,5% sehingga penilaian yang kurang baik dapat ditutupi oleh sebagian nasabah lainnya yang merasa puas dengan aspek jaminan dari BTPN.

Pembahasan Hipotesis 5

Hasil penelitian yang menunjukkan terdapat hubungan tidak signifikan antara variabel keandalan dan kepuasan nasabah tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Siddiqi (2010). Hal ini disebabkan karena pada penelitian terdahulu responden penelitian sering datang ke bank untuk melaksanakan berbagai macam transaksi

dan basis nasabah perbankan sebelumnya sangat bervariasi, sedangkan pada penelitian sekarang responden adalah nasabah pensiunan yang jarang datang ke bank, hanya sekitar 1-2 kali dalam sebulan datang untuk mengambil pensiun sehingga permasalahan seperti layanan, pengetahuan karyawan, dan keamanan bertransaksi tidak terlalu penting bagi nasabah pensiunan.

Pembahasan Hipotesis 6

Hasil penelitian yang menunjukkan terdapat hubungan signifikan antara variabel empati dan kepuasan nasabah sejalan dengan hasil penelitian dari Siddiqi (2010). Untuk mewujudkan aspek empati yang lebih baik lagi dimasa mendatang maka bank harus lebih sering berkomunikasi dengan nasabah, mencoba mendengarkan apa yang menjadi keluhan nasabah dan juga keinginan mereka. Dari informasi yang didapat tersebut dapat menjadi masukan bagi pihak BTPN untuk menentukan langkah berikutnya bagaimana dalam memberikan layanan yang terbaik bagi nasabah.

KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN DAN KETERBATASAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh BTPN terhadap tingkat kepuasan nasabah. Terdapat lima variabel kualitas layanan yang dianalisa dalam penelitian ini yaitu *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability*, dan *empathy*. Berdasarkan hasil pengujian analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu secara keseluruhan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BTPN. Variabel *tangible*, *assurance*, dan *empathy* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BTPN, sedangkan variabel *tangible* dan *assurance* tidak

berpengaruh signifikan. Variabel *empathy* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah bank BTPN.

Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang diharapkan dapat diperbaiki dalam penelitian berikutnya, antara lain :

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel terhadap nasabah pensiunan Bank BTPN di Kota Surabaya sedangkan Bank BTPN sendiri memiliki beberapa divisi selain segmen pensiunan yaitu kredit mikro dan pendanaan (Sinaya), sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digunakan untuk menggambarkan kualitas pelayanan BTPN secara keseluruhan ataupun dibandingkan dengan bank lain yang memiliki karakteristik responden lebih beragam.
2. Penelitian ini hanya meneliti terbatas pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tetapi tidak meneliti bagaimana dampak dari kepuasan tersebut terhadap loyalitas nasabah.
3. Penelitian ini hanya menguji kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability*, dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah dan tidak memasukkan variabel penelitian lain diluar itu.
4. Responden penelitian adalah nasabah pensiunan dengan usia diatas 55 tahun dimana jika metode pengumpulan data menggunakan kuesioner memiliki beberapa kelemahan. Hal ini disebabkan karena pada usia tersebut kemampuan membaca seseorang sudah mulai menurun, kemampuan memahami pertanyaan yang ada dalam kuesioner juga berkurang. Disamping itu kuesioner juga bersifat jawaban statis yang hanya memuat pertanyaan terdaftar tetapi tidak untuk aspek lainnya diluar topik penelitian.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil analisis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian yang menunjukkan variabel *tangible*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah merupakan bukti bahwa ketiga variabel tersebut yang harus menjadi perhatian utama oleh pihak bank supaya tetap dapat memiliki layanan yang baik.
- b. BTPN dapat melakukan komparasi dengan standar layanan yang diberikan oleh bank lain, mengingat sifat layanan itu sendiri yang dapat berubah setiap saat sehingga layanan yang diberikan BTPN diharapkan telah dapat memenuhi ekspektasi industri perbankan serta nasabah.
- c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas nasabah pensiunan BTPN menginginkan bank bisa menunjukkan rasa *empathy* yang tinggi terhadap setiap nasabahnya. Hal ini terkait dengan karakteristik responden dari penelitian ini yang keseluruhan adalah nasabah pensiunan, mayoritas mereka menghendaki perhatian yang lebih, kesabaran lebih tinggi, dan cara menjelaskan yang lebih sopan kepada nasabah.
- d. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas nasabah pensiunan menilai layanan BTPN masih belum bisa sesuai dengan yang dijanjikan. Perlu diterapkan komitmen yang tinggi dalam setiap karyawan untuk menjalankan transaksi yang ada agar sesuai dengan standar yang dijanjikan. *Service wareness* dari setiap setiap karyawan juga perlu dilatih agar dalam melayani nasabah karyawan dapat dengan sepenuh hati dan bersemangat.
- e. BTPN dapat meningkatkan basis nasabah lain diluar pensiunan agar dapat tetap mempertahankan tingkat profitabilitas bank dan memperkuat posisi di peta persaingan antar bank. Segmen nasabah baru yang dapat

dilakukan salah satunya dengan menggarap segmen *priority banking* dan juga transaksi pembayaran valas yang banyak dapat mendatangkan keuntungan bagi bank melalui *fee based income*.

- f. BTPN hendaknya tidak mudah berpuas diri dengan kondisi nasabah pensiunan yang mayoritas merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah yang telah terbentuk tersebut hendaknya lebih ditingkatkan lagi menjadi nasabah yang benar-benar loyal terhadap BTPN tidak hanya untuk keperluan mengambil pensiun saja setiap bulan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan *cross selling*, menjalin *relationship* yang baik dengan nasabah, dan juga *community* program seperti memberikan *reward*, pelatihan dan CSR sehingga nasabah memiliki rasa keterikatan yang lebih tinggi dengan BTPN. Loyalitas sangat diperlukan oleh BTPN mengingat layanan pensiun saat ini sudah bukan merupakan salah satu keunggulan kompetitif lagi yang dimiliki BTPN karena bank pesaing juga dapat memberikan layanan pensiun yang sama.

DAFTAR RUJUKAN

- Cooper, Donald R. dan Schindler, Pamela S. 2008. *Business Research Methods*. Fifth Edition. New York. Richard D Irwin Inc.
- Eshghi, Abdolreza., Roy, S. K., dan Ganguly, S. 2008. Service Quality and Customer Satisfaction : An Empirical Investigation In India Mobile Telecommunication Service. *Marketing Management Jurnal*. Vol.18 No.2 Pp 119-144.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hofstede, Geert. 2001. *Culture's Consequences : Comparing Values, Behaviours, Institutions, and Organizations Across Nations*. 2nd edition. London : Sage Publications, Inc.
- Horovitz, Jacques. 2000. *The Seven Secrets of Service Strategy*. Financial Times-Prentice Hall. Harlow.
- Ismail, Azman., Abdullah, M. M., dan Parasuraman, B. 2009. Effect of Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction. *International Journal of Management Perspectives*. Vol. 1, Issue 3, pp 29-44.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Principles of Marketing*. Twelfth Edition. New Jersey. Prentice-Hall.
- Kumar, M., Kee, F.T. dan Manshor, A.T. 2009. Determining the Relative Importance of Critical Factors in Delivering Service Quality of Banks : An Application of Dominance Analysis in SERVQUAL Model. *Managing Service Quality*. Vol. 19 No. 2. Pp 211-228.
- Laporan Keuangan Publikasi Bank. 2012, <http://www.bi.go.id>, diakses 6 Juni 2013
- Mihelis, G., Grigoroudis, E., Siskos, Y., Politis, Y., dan Malandrakis, Y. 2001. Customer Satisfaction Measurement in the Private Banking Sector. *European Journal of Operational Research*. Vol. 130. No.2, pp. 347-360.
- Naeem, H., and Saif, I. 2009. Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction: An Empirical Evidence from the Pakistani Banking Sector, *The International Business and Economics Research Journal*, Vol. 8, No. 12, pp. 99-104.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry., L.L. 1985. A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64, pp 12-40.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Fourth Edition. New York. John Willey & Sons Inc.
- Senyucel, Elif. 2009. Evaluation of SERVQUAL Instrument as Bank Selection Criteria in the Banking Industry : Empirical Evidence from Turkish and Greek Speaking Areas in Cyprus. *Banking and Finance Letters*. Volume 1, Issue 1, pp. 21-28.
- Siddiqi, K.O. 2010. Interrelations Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *Jurnal of International Trade & Academic Research Conference (ITARC)*. London.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.

- _____. 2003. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Penerbit Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management - Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy., dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Zeithaml, V.A. dan Bitner., M.J. 2003. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. 3rd edition. Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- <http://finance.detik.com/read/2012/08/09/082851/1986850/5/10-bank-dengan-bunga-kredit-paling-tinggi>, diakses 6 Juni 2013
- <http://www.infobanknews.com/2012/05/ini-dia-10-bank-peraih-best-bank-service-excellence-2012/>, diakses 6 Juni 2013