PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT PT BPR DANAMITRA SURYA DI SURABAYA

ARTIKEL ILMIAH

Oleh :

LADY DIANA
2012611061

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

N a m a	:	Lady Diana
Tempat, Tanggal Lahir	:	Ambon, 19 Mei 1987
N.I.M	:	2012611061
Program Pendidikan	:	Pascasarjana (Magister Manajemen)
Judul	:	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit PT BPR Danamitra Surya di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 13 - 04 - 2017

(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si)

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Tanggal: 13 - 04 - 2017

(Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi.,MM.)

THE AFFETC OF QUALITY SERVICES AND HANDLING COMPLAINS TO CUSTOMER'S SATISFACTION AT PT BPR DANAMITRA SURYA IN SURABAYA

Lady Diana
STIE Perbanas Surabaya

ABSTRAK

This research objective was to determine and analyze affect of quality of services to customer's satisfaction, to determine and analyze affect of handling complains to customer's satisfaction, and to determine and analyze affect of quality services and handling complains simultaneously to customer's satisfaction at PT BPR Danamitra Surya in Surabaya. This research was used 106 respondents as sample. Sample was taken by using purposive sampling method. The method of analysis was used multiple linear regression test.

The results of F-test showed that handling complains and quality of services variables simultaneously affect insignificant to customer's satisfaction and model isn't fit. The results of t-test showed that quality of services and handling complains affect insignificant to customer's satisfaction.

Keywords: quality of services, handling complains, customer's satisfaction

PENDAHULUAN

Pada saat ini industri perbankan di Indonesia memasuki masa persaingan yang sangat kompetitif. Hal ini karena semakin banyak bank yang beroperasi di Indonesia. Bank merupakan lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan antara pihak-pihak yang memiliki dana lebih dengan pihak-pihak yang memerlukan dana, serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran. Masyarakat saat ini memerlukan kehadiran bank sebagai tempat atau wadah penyimpanan uang dan sarana peminjaman uang untuk memenuhi tingkat kebutuhan masyarakat. Bank juga membantu masyarakat yang memiliki usaha, baik usaha kecil, menengah hingga atas untuk dapat meningkatkan usaha mereka tersebut.

Industri perbankan saat ini berlomba-lomba meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya. Yang membedakan antara bank yang satu dengan bank yang lainnya adalah kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah bank tesebut. Kualitas layanan yang diberikan mempengaruhi kepuasan nasabah tersebut. Ketika nasabah merasa puas maka mereka akan setia kepada bank tersebut, dan sebaliknya ketika layanan yang diberikan buruk maka nasabah akan berpindah ke tempat lain. Perusahaan yang mampu memberikan layanan yang baik kepada nasabah atau pelanggannya memiliki peluang terbesar untuk bisa terus dikunjungi oleh pelanggannya. Di dalam proses perbankan sering munculnya keluhan dari nasabah, dimana keluhan nasabah merupakan

ungkapan ketidakpuasan nasabah terhadap berbagai hal. Penanganan yang dilakukan oleh bank tersebut harus dilakukan dengan bijaksana agar tidak memunculkan kembali permasalahan atau keluhan yang baru dari nasabah. keluhandari nasabah tesebut harus dapat diselesaikan dengan cepat dan baik oleh bank sehingga tidak berkepanjangan, apabila semakin banyak yang mengetahui permasalahan tersebut, maka hal itu dapat mempengaruhi citra bank tersebut.

Kepuasan pelanggan dapat didasarkan tidak hanya pada penilaian pelanggan terhadap keandalan penyampaian layanan, tetapi juga dari pengalaman pelanggan dengan proses penyampaian layanan. Kepuasan nasabah dapat menjadi sarana pemasaran yang baik bagi bank. Pelanggan yang puas akan memberitahu tiga sampai lima orang mengenai produk atau layanan yang mereka terima tetapi di sisi lain pelanggan yang tidak puas akan mengatakan ke 10 hingga 12 orang. Dalam penelitian ini kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap PT BPR Danamitra Surya akan dilihat dari pengaruh kualitas layanan dan penanganan keluhan pada nasabah. Berdasarkan uraian tersebut penulis mengambil judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit PT BPR Danamitra Surya di Surabaya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

a. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Danamitra Surya di Surabaya?
b. Apakah Penanganan Keluhan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Danamitra Surya di Surabaya?
c. Apakah Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Danamitra Surya di Surabaya?

Tujuan Penelitan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk :

a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Danamitra Surya di Surabaya.
b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Danamitra Surya di Surabaya
c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Danamitra Surya di Surabaya

LANDASAN TEORI

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan (Etgar dan Galia, 2009). Setiap nasabah memiliki tingkat kepuasan masing-masing akan kualitas layanan yang meraka rasakan dari yang telah diberikan oleh masing-masing

bank.Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2000) adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan. Kualitas pelayanan dapat digambarkan sebagai perbedaan antara harapan-harapan pelayanan oleh pelanggan danpelayanan yang dirasakan. Menurut Kotler (2005) jasa bersifat sebagai berikut :

1. Tidak berwujud, dalam arti servis tidak dapat dilihat, dicium, dirasa, dan didengar sebelum pelanggan membelinya.
2. Tidak dapat dipisahkan, dengan maksud interaksi pemberi jasa dengan klien saling membutuhkan servis tadi.
3. Berubah-ubah, dalam arti bahwa servis sangat mudah berubah-ubah, karena sangat tergantung pada siapa yang menjanjikan kapan dan dimana.
4. Daya tahan dalam arti bahwa servis tidak dapat disimpan.

Menurut Kasmir (2011) layanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepadan pelanggan atau nasabah. Dimensi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi melalui penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikenal sebagai SERVQUAL dalam Kotler dan Keller (2009) yaitu sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi. Penampilan, sarana, dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, konsisten, dan sesuai dengan harapan. Sesuai dengan harapan nasabah berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi tinggi.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kemauan dari karyawan bank untuk membantu nasaabah dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan nasabah, misalnya kesigapan karyawan dalam melayani nasabah, kecepatan dalam proses transaksi, dan penanganan keluhan nasabah.

4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada nasabah, misalnya kemampuan nasabah atas: pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam

5. Empati (*Empathy*)

Kesediaan karyawan untuk memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dan memahami kebutuhan nasabah secara spesifik.

Penanganan Keluhan

Ketika nasabah merasa masalah atau keluhan yang mereka miliki dapat terima, atau bahkan ditanggani

dengan baik oleh perusahaan, maka nasabah tersebut dapat merasakan kualitas layanan dari penangan keluhan yang diberikan oleh perusahaan. Seperti yang dikemukakan Menurut oleh Islamy (dalam Saleh 2010), sebagai berikut, *" A complaint is an expression of dissatisfaction, about the standard of service, actions or lack of action. Affecting an individual customer or group of customers"*. Bahwa keluhan atau pengaduan pelayanan adalah merupakan ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan.Menurut penelitian TARP dalam Fornell (2003), suatu perusahaan yang melakukan penanganan keluhan dapat mengubah konsumen yang mengeluh menjadi konsumen yang setia. Manfaat penanganan keluhan yang efektif Mudie & Cottam (dalam Fandy Tjiptono 2008) meliputi :

a. Penyedia layanan mendapatkan kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungannya dengan pelanggan yang kecewa.
b. Penyedia layanan bisa terhindar dari publisitas negatif.
c. Penyedia layanan bisa memahami aspek - aspek layanan yang perlu dibenahi dalam rangka memuaskan pelanggan.
d. Penyedia layanan mampu mengidentifikasi dan menindaklanjuti sumber masalah operasional.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak baik pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen. Semakin tingginya persaingan untuk mendapatkan nasabah dan memenangkan persaingan di dunia perbankan saat ini. Kualitas jasa yang diterima oleh pelanggan lebih baik atau sama dengan yang dibayangkan, maka pelanggan cenderung akan mencoba kembali. Akan tetapi, apabila *perceived services* lebih rendah dari *expected services* maka pelanggan akan kecewa yang mengakibatkan konsumen berhenti berhubungan dengan perusahaan yang bersangkutan (Alma, 2005). Kotler dan Keller (2007) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima sebuah produk dan jasa.Secara sederhana kepuasan diartikan sebagai 'upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2007).Fandi dalam Buku Perspektif Manajemen Pemasaran (2000) bahwa ada beberapa hal yang berhubungan dengan manfaat kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Dapat bersaing dengan produsen yang berbiaya rendah
   Yaitu bahwa kita tidak perlu menurunkan biaya karena pesaing menerapkan strategi pemasaran dengan harga rendah.Sebab cukup banyak pelanggan yang sebenarnya mau membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk kualitas pelayanan yang baik.Pelnggan yang puas jarang menawar harga dan berfokus pada pelayanan dan kualitas.
2. Referensi pelanggan
   Yaitu bahwa dengan adanya

kepuasan pelanggan akan mengakibatkan pelanggan betah berhubungan dengan perusahaan. Perlu diketahui bahwa biaya untuk mempertahankan pelanggan masih sebetulnya masih lebih murah daripada biaya untuk mendapatkan nasabah baru, dimana kira- kira biaya untuk mendapatkan pelanggan baru biayanya adalah empat hingga lima kali dibandingkan dengan jika kita mempertahankannya.

3. Daya persuasif dari mulut ke mulut
   Jika pelanggan puas maka ia akan memberitahukan kepada temannya ataupun merekomendasikan temannya. Namun sebaliknya hal yang harus dihindari bahwa jika pelanggan tidak puas maka dia akan memberitahukan kekecewaannya kepada lebih banyak orang dan lewat media massa.
4. Indikator kesuksesan di masa depan
   Kepuasan pelanggan adalah strategi jangka panjang karena dibutuhkan waktu yang lama sebelum kita dapat membangun citra pelayanan yang baik. Citra pelayanan yang baik merupakan investasi yang akan dapat dinikmati untuk jangka panjang. Misalnya: Citibank yang mempunyai citra pelayanan perbankan terkenal di seluruh dunia.

Pengukuran terhadap kepuasan nasabah, Fornell, Johnson, Anderson, Jeasung Cha dan Bryant (2003) menggunakan 3 item dalam mengukur kepuasan nasabah, yaitu :

1. *Overall Satisfaction* (kepuasan nasabah secara menyeluruh) adalah hasil evaluasi dan pengalaman konsumsi sekarang yang berasal dan kebiasaan, kendala dan standarisasi pelayanan
2. *Confirmation of expectation* (konfirmasi harapan) adalah tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan nasabah.
3. *Comparison of ideal* (perbandingan dengan kondisi ideal) adalah kinerja produk dibandingkan dengan kondisi ideal menurut persepsi nasabah

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan perusahaan. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan apakah nasabah merasa puas dengan perusahaan atau tidak.Eman Mohamed Abd El-Salam, Ayman Yehia Shawky dan Tawfik El-Nahas (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa bahwa ada pengaruh positif yang sangat kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas layanan yang ditawarkan dan dirasakan oleh nasabah, semakin puas nasabah dan akibatnya nasabah akan tetap berurusan dengan perusahaan dan bahkan dapat menarik nasabah baru untuk bergabung dengan perusahaan.

H1 : kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Nasabah

Nasabah terkadang merasa kecewa terhadap perusahaan. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan harapan mereka. Rasa kecewa yang timbul tersebut memunculkan ketidakpuasan dari nasabah. hal tersebut ditunjukan dengan adanya keluhan terhadap perusahaan. Perusahaan berusaha untuk dapat menyelesaikan setiap keluhan dari nasabah. Ketika respon baik yang diberikan perusahaan terhadap nasabah baik, maka rasa ketidakpuasan yang menimbulkan adanya keluhan akan hilang dan memunculkan rasa puas bagi nasabah. Penelitian Hendro Endi Yanto (2012) menunjukkan bahwa cara penanganan keluhan yang dilakukan oleh perusahaan berpengaruh kepuasan nasabah terhadap perusahaan. Penanganan keluhan yang bersifat adil menghasilkan kepercayaan dan komitmen dari konsumen atas perusahaan yang pada akhirnya konsumen akan menjadi setia (Tax dan Murali, 2001).

H2 : penanganan keluhan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Nasabah

Pelayanan yang diterima atau dirasakan oleh nasabah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Dengan adanya persepsi yang baik dan memuaskan dari nasabah, berarti kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.Menurut penelitian Heri Setiawan (2016) ketika pelayanan yang diberikanterhadap nasabah pada dasarnya telahmenghasilkan tanggapan nasabah yangmemuaskan, maka hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telahmemberikan pelayanan yang selalu sesuaidengan keinginan nasabah. Penelitian Hendro Endi Yanto dan Frianto Pandia (2011) menyatakan bahwa pelayanan perusahaan berpengaruh besar terhadap kualitas layanan dan penanganan keluhan yang diberikan kepada nasabah, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap perusahaan. Kualitas layanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif bila dapat diberikan dengan baik oleh perusahaan, pengaruh positif tersebut memberikan nilai yang baik pada nasabah untuk dapat mendapatkan nasabah yang lebih loyal terhadap perusahaan.

H3 : kualitas layanan dan penanganan keluhan secara bersama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Dalam membuat penelitian ada beberapa perspektif yang perlu dipertimbangkan, yaitu: jenis penelitian terkait dengan tingkatannya, metode pengumpulan data, tujuan penelitian, pengendalian variabel-variabel oleh peneliti, dimensi waktu, ruang lingkup topik bahasan, lingkungan penelitian, unit analisis, dan perspektif subjektif (Kuncoro, 2013).Penelitian ini untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel kualitas pelayanan

dan penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Danamitra Surya di Surabaya.

IDENTIFIKASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel dalam penelitian ini adalah: variabel bebas meliputi Kualitas Layanan (X_1), Penanganan Keluhan (X_2) dan variabel terikat adalah Kepuasan Nasabah (Y).

DEFINISI OPERASIONAL

Untuk mempermudah pemahaman dan menghindari kesalahan, maka peneliti menguraikan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu meliputi :

1. Kualitas Layanan (X_1)
   Kualitas layanan adalah persepsi responden terhadap segala aktivitas yang dilakukan oleh PT BPR Danamitra Surya guna memenuhi harapan nasabah. Variabel Kualitas Layanan memiliki 4 Indikator yaitu :
   a. Bukti Fisik (*Tangibles)* yang diukur dari pendapat responden mengenai bagaimana karyawan berpenampilan rapi dan fasilitas fisik kantor PT. BPR Danamitra Surya yang menarik bagi nasabah
   b. Keandalan (*Reliability)* Menunjukkan keandalan, yang diukur dari pelayanan yang diberikan karyawan PT. BPR Danamitra surya tepat waktu dan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan.
   c. Daya Tanggap (*Responsiveness*) menunjukkan kemampuan para karyawan dalam memberikan layanan dengan cepat dan kesedian karyawan PT. BPR Danamitra Surya memenuhi kebutuhan nasabah.
   d. Jaminan (*Assurance)* yang menunjukkan karyawan PT. BPR Danamitra Surya sopan dalam memberikan layanan dan nasabah merasa aman bertransaksi di PT. BPR Danamitra Surya.
   e. Empati *(Empathy)* diukur dari karyawan memahami kebutuhan karyawan dan waktu operasional PT. BPR Danamitra Surya yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
2. Penanganan Keluhan (X_2)
   Penanganan Keluhan adalah persepsi responden terhadap kemampuan dan kemauan perusahaan untuk melakukan penanganan secara cepat atas setiap keluhan yang masuk dari nasabah PT BPR Danamitra Surya. Variabel Penanganan Keluhan memiliki 3 Indikator yaitu :
   a. Kecepatan Penanganan Keluhan yang diukur dari kesigapan PT. BPR Danamitra Surya dalam menangani keluhan dari nasabah.
   b. Penyelesaian Masalah Secara Memuaskan yang diukur penyelesaian keluhan dari PT. BPR Danamitra Surya dengan mudah, sederhana, dan sesuai prosedur.
   c. Kemudahan Prosedur Pengajuan Keluhan yang diukur dari kemudahan

dalam proses pengajuan keluhan dari nasabah kepada PT. BPR Danamitra Surya.

3. Kepuasan Nasabah (Y)
   Kepuasan nasabah adalah persepsi responden terhadap perbandingan harapan nasabah dengan yang diberikan oleh PT, BPR Danamitra Surya. Variabel Kepuasan Nasabah memiliki 3 Indikator yaitu :
   a. Pilihan Tepat yang menunjukkan apakah PT. BPR Danamitra Surya merupakan pilihan yang tepat dalam transaksi keuangan.
   b. Kesesuaian Harapan Menunjukkan pelayanan yang diberikan PT. BPR Danamitra Surya sesuai dengan harapan nasabah
   c. Kepuasan Fasilitas Menunjukkan fasilitas yang diberikan PT. BPR Danamitra Surya sesuai dengan harapan.

POPULASI DAN SAMPEL

Menurut Malhotra (2010) populasi adalah sekumpulan elemen atau obyek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan yang akan diambil kesimpulnya. Berdasarkan definisi tersebut populasi peneliti adalah nasabah kredit PT BPR Danamitra Surya. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti menggunakan 106 responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner, jumlah kuesioner yang kembali adalah sebanyak 65 kuesioner

DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dari penelitian ini berasal dari angket (kuesioner) yang disebarkan langsung kepada debitur PT BPR Danamitra Surya di Surabaya sebagai responden.

Uji Instrumen.

1. Pengujian Validasi

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2002). Dalam penelitian ini, validitas diukur dengan menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total. Bila probabilitas hasil korelasi kurang dari 0,05 (5%) maka instrumen tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid.

2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuisioner. Suatu alat ukur dikatakan *reliable* jika alat itu dapat mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang relatif sama (memungkinkan adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil

antara hasil pengukuran yang satu dengan yang lain), selama aspek yang diukur belumberubah.Pengujian reliabilitas ini menggunakan program SPSS, dimana teknik analisisnya disebut dengan *Cronbach Alpha*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran menunjukkan pernyataan tersebut reliabel, apabila nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Imam Ghozali, 2013). Menurut Nunnally (1994) dalam Imam Ghozali (2013) bahwa jika nilai koefisien *reliabel* suatu variabelkurang dari 0.60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut kurang *reliabel*.

TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini yaitu: Analisis Deskriptif, Analisi Asumsi Klasik, dan Regresi Linier Berganda.

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian di lapangan, terutama yang berkaitan dengan responden dan variabel penelitian, baik yang dilengkapi dengan tabel atau diagram. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan tentang profil responden dan tanggapan responden tentang variabel kualitas layanan, penanganan keluhan dan kepuasan nasabah. Dalam analisis ini jiga dijabarkan gambaran keseluruhan dari responden yang mencakup jenis kelamin, lama menjadi nasabah, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan perbulan dari responden.

2. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk pengambilan keputusan uji F dan uji t pada persamaan tersebut benar-benar linier dan tidak bias atau tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan persamaan yang berarti :

a. Tidak boleh ada Multikolinieritas
b. Tidak boleh ada Heteroskedastisitas
c. Tidak boleh ada Autokorelasi
d. Data variabel pengganggu atau nilai residual harus terdistribusi normal

Apabila salah satu asumsi dasar tersebut tidak terpenuhi, maka persamaan regresi yang diperoleh tidak akan terjadi pengaruh antarvariabel Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan sehingga pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t menjadi bias.

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Menurut Malhotra (2006), regresi majemuk atau berganda melibatkan sebuah variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Jadi, jika suatu variabel dependen bergantung pada lebih dari satu variabel independen, maka hubungan antara kedua variabel disebut regresi berganda (Wahid Sulaiman, 2004).Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabael bebas terhadap satu variabel terikat, yaitu:

$$\mathbf{Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e}$$

Di mana :

Y = Kepuasan
a = konstanta
b = koefisien regresi
e = standar *error*

X_2 = Penanganan Keluhan
X_1 = Kualitas Layanan

Analisis Deskriptif

Deskripsi jawaban responden merupakan hasil jawaban responden pada masing-masing variabel penelitian. Deskripsi jawaban akan dijelaskan berdasarkan nilai *mean*, maksimal dan minimal yang diolah dengan menggunakan *descriptive statistic* dari SPSS versi 16.0. Nilai *mean* dari indikator yang tertinggi menunjukkan kecenderungan responden untuk memberikan tanggapan yang sama. Untuk menentukan nilai rata-rata responden termasuk dalam kategori tertentu maka berikut ini adalah aturan kategorisasinya :

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval Kelas} = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Dimana 0,8 merupakan jarak interval kelas pada masing-masing kategori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan korelasi Bivariate antara masing – masing skor item pernyataan dengan total skor variabel. Item pernyataan dinyatakan valid apabila signifikansinya < 0,05 (Imam Ghozali, 2013).

Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian (X_1, X_2, dan Y_1)

Variabel	Item	Nilai r	Sig	Ket
Kepuasan Nasabah	$Y_{1.1}$	0.294	0.017	valid
	$Y_{1.2}$	0.066	0.604	tidak valid
	$Y_{1.3}$	0.254	0.021	Valid
Kualitas Layanan	$X_{1.1}$	0.494	0.000	Valid
	$X_{1.2}$	0.509	0.000	Valid
	$X_{1.3}$	0.696	0.000	Valid
	$X_{1.4}$	0.684	0.000	Valid
	$X_{1.5}$	0.750	0.000	Valid
	$X_{1.6}$	0.503	0.000	Valid
	$X_{1.7}$	0.293	0.018	Valid
	$X_{1.8}$	0.621	0.000	Valid
	$X_{1.9}$	0.153	0.223	tidak valid
	$X_{1.10}$	0.508	0.000	Valid
Penanganan Keluhan	$X_{2.1}$	0.174	0.167	tidak valid
	$X_{2.2}$	0.443	0.000	Valid
	$X_{2.3}$	0.526	0.000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang disebarkan kepada 106 responden denganhasil olahkuesioner yang kembali sebanyak 65 lembar untuk uji validitas dimana mendapatkan hasil bahwa mayoritasitem pernyataan dari semua variabel valid meskipun terdapat beberapa pernyataan yang tidak valid. Variabel tersebut dikatakan valid karena nilai signifikansi dari masing – masing item pernyataan tidak lebih dari 0.05 dan memiliki nilai r melebihi r tabel yaitu 0.2441. tabel diatas menunjukkan bahwa item pernyataan dari variabel Kualitas Layanan hampir keseluruhan menunjukkan hasil yang Valid, dikarenakan nilai signifikansi dari masing – masing item pernyataan tidak lebih dari 0.05 dan memiliki nilai r melebihi r tabel yaitu 0.2441. Namun item pernyataan nomor 1 ($X_{2.1}$) pada variabel Penanganan Keluhan dan 9 ($X_{1.9}$)

pada variabel Kualitas Layanan didapatkan nilai r sebesar 0.174 dan sebesar 0.153 yang lebih kecil dari r tabel yaitu 0.2441 dengan signifikansi 0.223 yang lebih besar dari 0.05 (>0.05), sehingga pernyataan $X_{2.1}$ dan $X_{1.9}$ dihapus dan tidak digunakan dalam pengujian selanjutnya karena pernyataan $X_{2.1}$ dan $X_{1.9}$ tidak valid atau dikatakan tidak mampu digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari perusahaan yang dinilai oleh responden.. Hasil uji validitas untuk penanganan keluhan juga terdapat pernyataan dengan hasil tidak valid dengan nilai r = 0.174 < 0.2441dan signifikansi 0.167 >0.05, sehingga pernyataan tersebut juga memiliki perlakuan yang sama yaitu dihapus dari tabulasi data dan tidak dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya. Pada variabel kepuasan nasabah juga terdapat satu item pernyataan yaitu item $Y_{1.2}$ yang mendapatkan hasil uji validitas dengan nilai r = 0.066 < 0.2441dan signifikansi 0.604 > 0.05 sehingga pernyataan tersebut juga dihapus dan tidak digunakan pada pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran menunjukkan pernyataan tersebut reliabel, apabila nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Imam Ghozali, 2013).

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variable	Alpha	Keterangan
Kepuasan Nasabah	-5,969	Kurang Reliabel
Penanganan Keluhan	0.513	Kurang Reliabel
Kualitas Layanan	0.734	Reliabel

Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah memiliki nilai sebesar -5,969, Penanganan Keluhan memiliki nilai sebesar 0.513, dan Kualitas Layanan memiliki nilai sebesar 0.734. Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel Kepuasan Nasabah dan Penanganan Keluhan memiliki nilai lebih kecil dari 0.60 (< 0.60) yang berarti variabel tersebut kurang reliabel, sedangkan pada variabel Kualitas Layanan memiliki nilai yang lebih besar dari 0.60 (> 0.60) yang berarti variabel tersebut reliabel.

HASIL ANALISIS REGRESI DAN HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Analisis regresi selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi

variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2013).

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0.003 hal ini berarti variabel penanganan keluhan, dan kualitas layanan hanya dapat menjelaskan pada variabel kepuasan nasabah sebesar 0,3% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. *Standar error of estimate* (SEE) sebesar 0.246, yang berarti makin kecil nilai SEE membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2013).

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) didapatkan bahwa F_{hitung} diketahui sebesar 0.098 < F_{tabel} sebesar 3.15 dengan signifikansi sebesar 0.907 > 0.05, maka variabel independen penanganan keluhan dan kualitas layanan dapat disimpulkan kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dan model dikatakan tidakfit. Penanganan Keluhan dan Kualitas Layanan variabel tersebut berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dapat disebabkan karena responden tidak mau lagi adanya pinjaman atau hutang lagi pada perusahaan.

Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Pengujian hipotesis dengan uji t pada penelitian ini digunakan untuk menguji dan mengetahui pengaruh variabel independen kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah.
Y = 9.338 – 0.003KL – 0.019PK + 0.627

Dari persamaan regresi linier diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 9.338, hal ini menunjukkan bahwa jika seluruh variabel bebas bernilai 0 (nol) maka kepuasan nasabah menjadi 9.338 yang disebabkan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
2. Nilai koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0.003 dan bertanda negatif artinya jika kualitas layanan meningkat satu kali, maka kepuasan nasabah akan turun sebesar 0.003 kali dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Nilai signifikansi 0.809 ini berarti kualitas layanan berpengaruhtidaksignifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05.
3. Nilai koefisien regresi penanganan keluhan sebesar 0.019 bertanda negatif artinya jika penanganan keluhan meningkat satu kali, maka kepuasan nasabah akan turun

sebesar 0.019 kali dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Nilai siginifikansi 0.733 ini berarti penanganan keluhan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dari hasil uji SPSS di atas, dapat dipaparkan pengaruh antar variabelindependen secara individu terhadapvariabel intervening dan variabelintervening terhadap variabel dependensebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Danamitra Surya di Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Danamitra Surya. Menurut hasil dilapangan ketika melakukan penyebaran kuesioner mayoritas responden menjawab setuju atas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR Danamitra Surya, akan tetapi setelah dilakukan pengujian pada penelitian ini di dapatkan bahwa pada kualitas layanan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Boon-Liat Cheng and Md. Zabid Abdul Rashid (2013), Eman Mohamed Abd-El-Salam, Ayman Yehia Shawky and Tawfik El-Nahas (2013), Heri Setiawan (2016), Agnes Laurencia Setiawan (2014) dan Mesay Sata Shanka (2012) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian terdahulu subyek yang diteliti merupakan seluruh nasabah dan pengunjung, sehingga data yang diperoleh juga semakin banyak.

Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Danamitra Surya di Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa variabel penanganan keluhan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Danamitra Surya di Surabaya. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Hendro Endi Yanto dan Frianto Pandia (2012) yang menyatakan bahwa penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian terdahulu subyek yang diteliti merupakan petugas pelayanan nasabah, sehingga lebih memahami bagaimana menghadapi keluhan dari nasabah dan secara langsung mengetahui keluhan yang dirasakan oleh nasabah.Bank belum memberikan kepuasan kepada nasabah terkait dengan suku bunga kredit yang diberikan, hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang disebarkan dalam penelitian ini, bahwa responden ragu-ragu terhadap penanganan keluhan yang dilakukan oleh bank, dimana keluhan yang banyak diutarakan oleh nasabah adalah suku bunga kredit yang tinggi. Kepuasan nasabah dapat dengan mudah didapatkan apabila keluhan

yang disampaikanolehnasabah dapat ditangani dengan baikdancepat.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Danamitra Surya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas layanan dan penanganan keluhan secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Danamitra Surya. Menurut hasil dilapangan ketika melakukan penyebaran kuesioner mayoritas responden menjawab setuju dan ragu-ragu atas kualitas layanan dan penanganan keluhan yang dilakukan oleh PT. BPR Danamitra Surya. Setelah dilakukan pengujian pada penelitian ini didapatkan bahwa pada kualitas layanan dan penanganan keluhan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Boon-Liat Cheng and Md. Zabid Abdul Rashid (2013), Eman Mohamed Abd-El-Salam, Ayman Yehia Shawky and Tawfik El-Nahas (2013), Heri Setiawan (2016), Agnes Laurencia Setiawan (2014), Mesay Sata Shanka (2012), dan Hendro Endi Yanto dan Frianto Pandia (2012) yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian terdahulu subyek yang diteliti merupakan petugas pelayanan nasabah dan nasabah bank tersebut, sehingga data yang diperoleh lebih banyak dan lebih banyak sampel.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat dijelaskan antara lain sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Danamitra Surya.
2. Penanganan Keluhan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Danamitra Surya.
3. Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan secara bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Danamitra Surya

KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Mayoritas responden menjawab ragu-ragu pada kuesioner karena ketidakpuasan dengan kualitas layanan dan penanganan keluhan yang diberikan oleh PT. BPR Danamitra Surya.
   Pada uji Reliabel hasil ujinya terdapat dua variabel yang Kurang Reliabel yang dapat dilihat dari nilai reliabel pada variabel Penanganan Keluhan yang nilainya sebesar 0.513 dan variabel Kepuasan Nasabah nilainya sebesar -5.969 dimana nilai pada kedua variabel tersebut lebih kecil dari nilai *Cronbach Alpha* 0.60 (> 0.60).
2. Nilai R^2 sebesar 0.003, hal ini berarti variabel penanganan

keluhan dan kualitas layanan hanya dapat menjelaskan pada variabel kepuasan nasabah sebesar 0,3% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

3. Pada penelitian ini nasabah tidak diindentifikasi untuk frekuensi keluhan, sehingga peneliti tidak dapat mengetahui seberapa banyak responden merasakan keluhan terhadap pelayanan yang diberikan.
4. Penelitian sekarang mendapatkan hasil bahwa variabel kualitas layanan dan penanganan keluhan baik secara simultan maupun parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah, hal ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang mendapatkan hasil bahwa kualitas layanan dan penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

SARAN

Saran yang dapat diberikan untuk pihak-pihak yang terkait di dalam penelitian ini antara lain :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengeksplorasi variabel - variabel lain diluar penelitian ini seperti misalnya variabel kualitas produk, dan pengelolaan hubungan dengan nasabah, yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dengan penambahan jumlah sampel yang lebih banyak dari penelitian ini. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan sample penelitian yang lebih banyak dan dilakukan pada perusahaan yang berbeda sehingga mampu memberikan perbandingan kepuasan nasabah.
2. Manajemen perusahaan lebih focus dalam meningkatkan kualitas perusahaannya, baik dari segi produk maupun layanan terhadap nasabah. Perusahaan harus lebih memperhatikan kebutuhan nasabah dan harapan nasabah terhadap perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat lebih memperhatikan keluhan nasabah dan dapat mengatasi keluhan dengan lebih bijak, dan cepat serta tepat pada permasalahan yang disampaikan oleh nasabah, sehingga kedepannya tidak akan timbul keluhan yang baru dari nasabah yang sama atau dari nasabah yang lainnya. Perusahaan dapat memberikan bunga kredit yang lebih rendah kepada nasabahnya yang telah loyal kepada perusahaan. Penanganan keluhan yang baik dari perusahaan serta kualitas layanan yang selalu ditingkatkan akan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap perusahaan. Tingkat kepuasan yang baik dari nasabah akan berpengaruh positif pada kualitas perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Dengan adanya peningkatan terhadap kualitas layanan nasabah akan merasa puas dan semakin percaya dengan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2005. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta

Boon-Liat Cheng, and Md. Zabid Abdul Rashid. 2013. Service Quality and the Mediating Effect of Corporate Image on the Relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Malaysian Hotel Industry, *Gadjah Mada International Journal of Business*, Vol. 15, No. 2, pp. 99 – 112.

Edgar, M dan Galia, F. 2009. Why and How Service Quality Perceptions Impact Consumer Responses, *Journal of Managing Service Quality*, Vol. 19, No. 4, pp. 474-485

Eman Mohamed, Ayman dan Tawfik El-Nahas. 2013. The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: testing the mediating role. Case analysis in an international service company. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*,Vol. 8 Issue 1, pp 130-153

Fornell, Johnson, Anderson, Jeasung Cha dan Bryant. 2003. The American Customer Satifaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*. October, 60: 7-18.

Heri Setiawan, Maria Magdalena M dan Azis Fathoni. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening, *Journal Of Management*, Vol 2 No.2.

Hendro Endi Yanto dan Frianto Pandia. 2012. Peranan Complaint Handling dan Service Recovery oleh Customer Service (CS) dalam Rangka Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank CIMB NIAGA (Persero) TBK, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 11, No. 1, pp 43-48

Kotler, P. dan Keller, K.L. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks

Mesay Sata Shanka. 2012. Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, Vol. 1(1), pp. 001-009

Saleh, A. Muwafik .2010. Public Service : Communication. Malang : UMM press