

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEADILAN LAYANAN, CITRA BANK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Yemima Ajeng Putri Elman¹⁾, M.Rifki Bakhtiar²⁾

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI^{1), 2)}

yemimaajengputri23@gmail.com¹⁾

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, keadilan layanan, serta citra dan kepercayaan bank mempengaruhi kepuasan nasabah. Data survei dikumpulkan sebagai data primer dalam penentuan besar sampel dengan menggunakan metode sampling. Hasil yang didapat dalam penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel yang terdapat pada penelitian yaitu kualitas layanan, keadilan layanan, dan citra bank berpengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan nasabah, satu variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan.

Kata kunci: *kualitas layanan, keadilan layanan, citra bank, kepercayaan, kepuasan nasabah*

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, SERVICE FAIRNESS, BANK IMAGE, AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION

Abstract

The purpose of this study is to determine the extent to which the quality of service, fairness of service, as well as the image and trust of the bank affect customer satisfaction. Survey data was collected as primary data in determining the sample size using the sampling method. The research results show that the three variables of service quality, fairness of service, and bank image have a positive and significant effect on customer satisfaction, while one trust variable has a positive but not significant effect.

Keywords: *service quality, service fairness, bank image, trust, customer satisfaction*

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini, salah satu layanan bisnis yang telah tumbuh, adalah di industri perbankan, dimana sangat penting untuk stabilitas sistem keuangan suatu negara dan ekonomi. Bank merupakan salah satu badan usaha yang dalam menjalankan usahanya menyimpan pendanaan yang bersumber dari masyarakat yang akan disalurkan kembali ke dalam bentuk pinjaman atau bentuk perbankan lainnya untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat (Kasmir, 2010). Menciptakan kepuasan pelanggan adalah tujuan utama sebuah perusahaan. Ketika menerima layanan, kepuasan pelanggan, apakah pelanggan puas setelah dilayani tergantung pada kinerja penawaran dengan harapan pelanggan dan apakah ada ketidaksesuaian antara keduanya. Kepuasan pelanggan adalah faktor penting bagi bank dan

pelanggan. Alfisyahrin (2012) mengklaim bahwa gagasan kepuasan pelanggan sangat relevan. pengusaha untuk mempertahankan karena kepuasan tersebut secara langsung terkait dengan nilai keberhasilan produk dan layanan tertentu (Naik et al., 2010). Seiring berkembangnya industri perbankan, perusahaan bank melakukan berbagai upaya untuk menahan persaingan yang intens yang mereka hadapi dari perusahaan perbankan lainnya. Rencana ini adalah untuk memeriksa variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehubungan dengan kualitas layanan, keadilan, reputasi bank, dan pemahaman bahwa perbankan adalah industri layanan yang membutuhkan pendekatan yang berfokus pada pelanggan. Alfisyahrin (2012) mengklaim bahwa gagasan kepuasan pelanggan sangat relevan. Kepercayaan dasar para pengusaha adalah bahwa ketika pelanggan bahagia, perusahaan mereka akhirnya akan mengalami masa yang lebih baik.

Di sini, istilah "layanan yang adil" mengacu pada tingkat kejujuran bahwa klien percaya layanan perusahaan untuk bertindak. Ketika konsumen membandingkan layanan yang diterima dengan standar industri untuk perawatan pelanggan, klien dapat menentukan apakah diperlakukan dengan adil atau tidak. Perbandingan ini memungkinkan pelanggan untuk membuat penilaian seberapa adil layanan itu. (Seiders and others in Zhu and others, 2012). Menurut Yavas et al. (2004), faktor kunci dalam kepuasan pelanggan dengan perilaku kata-kata, keluhan, saran, pertukaran, dan transfer adalah kualitas layanan yang diberikan. Selain membuat hubungan lebih kuat, kepercayaan juga merupakan faktor dalam bagaimana pelanggan yang puas melihat pengalaman mereka. (Chen et al., 2012). Dalam penjelasan Kotler (2009) citra merupakan suatu persepsi pelanggan akan pelayan yang diterima oleh nasabah yang berbentuk keyakinan, gagasan serta kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek.

Melihat penelitian yang pernah dilakukan Prayoga (2017) menunjukkan variabel tentang keadilan layanan dan kualitas layanan mempunyai berpengaruh positif tetapi terdapat ketidaksignifikannya terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan hasil penelitian yang pernah dilakukan Malian (2016) mendapatkan hasil bahwa kepercayaan dan citra mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dengan latar belakang yang telah disampaikan maka disusunlah hipotesis apakah kualitas layanan, keadilan layanan, citra bank dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan ini untuk melihat pengaruh antara variabel X (bebas) dengan pengaruhnya terhadap variabel Y (terikat) studi kasus pada Bank BCA KCP Grajen Semarang.

B. METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dimana penelitian menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sejumlah sampel yang ada. Dalam penelitian ini, subjeknya adalah nasabah Bank BCA KCP Grajen Semarang, dan dalam pengambilan sampel menggunakan metode sampelnya adalah *random sampling*. Dimana *Random*

sampling adalah menggunakan kesempatan yang sama untuk setiap orang dalam populasi untuk menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2013). Untuk menggunakan metode atau rumus yang sesuai dengan teori, jumlah item pertanyaan harus dikalikan dengan empat atau lima, karena ukuran populasi tidak diketahui (Malhotra, 2006). Pada Penelitian ini jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak sebanyak 72 orang, sehingga dibulatkan menjadi 75 orang nasabah. Dimana dalam melakukan olah data statistik untuk hasil penelitian, alat yang digunakan adalah SPSS versi 24.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pemeriksaan hasil analisis dalam uji regresi linier berganda, yang dilakukan untuk mengevaluasi hipotesis tentang bagaimana variabel terikat dipengaruhi secara parsial oleh variabel bebas. Hasil estimasi berganda diperoleh menggunakan program SPSS versi 24:

Tabel 1.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	,940	1,403		,724	,488
1	Kualitas layanan	,339	,089	,413	3,425	,001
	Keadilan layanan	,051	,080	,060	,554	,641
	Citra Bank	,296	,133	,291	2,427	,033
	Kepercayaan	,181	,062	,240	2,483	,030

Sumber: data primer, diolah.

Berdasarkan Tabel, tersebut didapatkan hasil persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,940 + 0,039X_1 + 0,051X_2 + 0,296X_3 + 0,181X_4$$

Persamaan regresi linier berganda yang ditunjukkan dalam tabel di atas dapat disimpulkan sebagai berikut yang menunjukkan bahwa :

- Nilai konstanta sebesar 0,940 artinya jika tidak ada peningkatan variabel kualitas layanan (X_1), keadilan layanan (X_2), citra (X_3) dan kepercayaan (X_4), maka variabel kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 93%.
- Nilai koefisien regresi sebesar 0,339 artinya variabel kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Jika indikator kualitas layanan ditingkatkan sebesar seratus persen dan diasumsikan bahwa indikator yang lain konstan maka variabel kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 33,9%.
- Nilai koefisien regresi sebesar 0,051 artinya variabel keadilan layanan (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Jika indikator keadilan layanan

- ditingkatkan sebesar seratus persen dan diasumsikan bahwa indikator yang lain konstan maka variabel kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 51%.
- d. Nilai koefisien regresi sebesar 0,296 artinya variabel citra bank (X_3) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Jika indikator citra bank ditingkatkan sebesar seratus persen dan diasumsikan bahwa indikator yang lain konstan maka variabel kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 29,6%.
 - e. Nilai koefisien regresi sebesar 0,181 artinya variabel kepercayaan (X_4) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Jika indikator kepercayaan ditingkatkan sebesar seratus persen dan diasumsikan bahwa indikator yang lain konstan maka variabel kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 18,1%.
 - f. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel kualitas layanan karena memiliki nilai koefisien regresinya yang paling tinggi dari variabel lainnya yaitu sebesar 0,339 dimana dapat disimpulkan bahwa jika indikator kualitas layanan ditingkatkan sebesar seratus persen dan diasumsikan bahwa indikator yang lain konstan maka variabel kepuasan nasabah sebesar 33,9%.

Hasil uji regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan data yang dilakukan dengan hasil regresi linier berganda yang ditunjukkan dalam tabel di atas menjelaskan bahwa dalam variabel penelitian yaitu seluruh variabel independen mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu kualitas layanan, keadilan layanan, citra bank dan kepercayaan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk faktor antar variabel dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, citra bank dan kepercayaan mempunyai nilai lebih rendah dari nilai alpha (0,05), sehingga hipotesis dapat diterima. Penjelarasannya adalah kualitas layanan berpengaruh positif dan mempunyai nilai kurang dari 0,05 sehingga variabel ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan untuk variabel keadilan layanan hasilnya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil statistik dalam uji t penelitian ini yang menunjukkan hubungan pengaruh antar masing-masing variabel dapat disajikan dalam bentuk Tabel 2. sebagai berikut :

Tabel 2.
Hasil Uji Parsial

Variabel Bebas	Hipotesis	t _{Hitung}	Sig	Kesimpulan
Kualitas layanan	H ₁	3,425	,001	Berpengaruh positif dan signifikan
Keadilan layanan	H ₂	,554	,641	Berpengaruh positif dan tidak signifikan
Citra Bank	H ₃	2,427	,033	Berpengaruh positif dan signifikan
Kepercayaan	H ₄	2,483	,030	Berpengaruh positif dan signifikan

Sumber: data primer, diolah.

Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang dipergunakan untuk melihat ukuran seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel keterikatan dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 ^a	,573	,548	,888

Sumber: data primer, diolah.

Berdasarkan isian Tabel 3 di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel independen di dalam penelitian yang dilakukan yaitu kualitas layanan, keadilan layanan, citra bank dan kepercayaan dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan nasabah sebesar 54,8%, dan variabel lain selain variabel yang ada dalam penelitian dapat mempengaruhi sebesar 45,2% dari total.

D. SIMPULAN DAN SARAN

1. Dari regresi variabel positif (X_1) diperoleh koefisien sebesar 0,339. Pada penelitian ini nilai *mean t-test* variabel kualitas layanan sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai alpha (0,05). Penjelasan adalah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat pelayanan dan kondisi maka semakin besar kepuasan pelanggan.
2. Dari hasil regresi linier berganda terlihat koefisien variasi fungsi positif (X_2) sebesar 0,051. Pada penelitian ini nilai signifikansi uji t variabel keadilan layanan sebesar 0,0641 lebih tinggi dari nilai alpha (0,05). Penjelasan adalah keadilan layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin baik keadilan layanan dan kondisinya, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya walaupun sangat kecil pengaruhnya.
3. Berdasarkan hasil regresi linier berganda terlihat koefisien variasi citra bank (X_3) sebesar 0,296. Pada penelitian ini nilai *mean t-test* variabel citra bank sebesar 0,033 lebih rendah dari nilai alpha (0,05). Penjelasan adalah citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan kata lain, semakin baik citra dan status bank, maka kepuasan nasabah pun tinggi.
4. Dari hasil regresi linier berganda terlihat koefisien variabel (X_4) sebesar 0,181. Pada penelitian ini, nilai *mean t-test* variabel kepercayaan sebesar 0,030 lebih rendah dari nilai alpha (0,05). Penjelasan adalah kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin besar kepercayaan nasabah terhadap bank dalam situasi tertentu, semakin meningkat pula kepuasannya.

5. Koefisien regresi tertinggi terdapat pada variabel pertama yaitu kualitas layanan. Oleh karena itu, perusahaan harus menjadikan kualitas pelayanan sebagai tolok ukur untuk memuaskan pelanggannya. Namun variabel lain seperti keadilan layanan, kepercayaan dan citra bank harus diperhitungkan. Bisnis dapat terus meningkatkan layanan yang dipersonalisasi dengan menanggapi saran dan survei pelanggan secara langsung sebagai jenis layanan yang bertujuan untuk memberikan kepercayaan pelanggan terhadap jenis kepuasan yang diterima.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyahrin. 2012. Akselarasi Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam Kehidupan. Artikel. *Online* <http://kuflet.com>, diakses 12 Desember 2023
- Kasmir. 2010. Dasar-dasar Perbankan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Malhotra, Naresh K. 2006. Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan. Edisi. Keempat. Jilid 2. PT Indeks
- K.L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi kedua belas. jilid 1. PT Index. kelompok Gramedia.
- Malian, Marina. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Komplain, Citra dan Kepuasan Terhadap Bank BRI Unit Kebun Bungan Palembang. Volume 2; 02.
- Naik, C.N. Krishna, et. al. (2010), Service quality (Serqual) and Its efeect on customer satisfaction in retailing. *European journal of sciences – vol. 16. No. 2. 2010.*
- Prayoga, Arde. 2017. Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Surabaya.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.