



PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK CENTRAL ASIA, TBK CAB KYAI CARINGIN

Joni Tesmanto, Surry Putri Rustiani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen, jonitesmanto@gmail.com, Universitas Panca Sakti Bekasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen, pupu.awdec@gmail.com, Universitas Panca Sakti Bekasi

ABSTRACT

PT Bank Central Asia, Tbk KCP Kyai Caringin continues to raise public funds. To achieve this, we need the right strategy through optimal service by improving product quality and offering it to customers according to customers desires and needs, as well as providing the best service. Effort to provide optimal service to customers must pay attention to the factor needed by customers. Customer satisfaction is very important because by knowing the level of customer satisfaction, we can find out how far the quality of services provided by employees has an effect on customer satisfaction

Keyword: *Customer satisfaction, quality of services*

ABSTRAK

PT Bank Central Asia, Tbk KCP Kyai Caringin terus berupaya menghimpun dana masyarakat. Untuk mencapai hal itu, diperlukan strategi yang tepat melalui pelayanan yang optimal dengan meningkatkan kualitas produk dan menawarkan kepada nasabah dan sesuai dengan keinginan nasabah. Kepuasan nasabah sangat penting karena dengan mengetahui tingkat kepuasan nasabah, maka kita dapat mengetahui sejauh mana kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan, berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Kata kunci : Kepuasan nasabah, kualitas pelayanan karyawan.

1. PENDAHULUAN

Pada umumnya perusahaan menginginkan usahanya tetap berjalan dan hidup terus menerus tanpa dibatasi oleh waktu, yakni terus beroperasi, berkembang, menerima laba dan bertahan selamanya. Hal ini merupakan tujuan didirikannya suatu perusahaan. Namun pada prakteknya, tentu saja tidak mudah, karena perusahaan bias saja bertahan hanya sekejap, tetapi ada juga yang bertahan lama hingga berganti generasi.

Agar suatu perusahaan bertahan dalam jangka waktu yang lama, perlu adanya strategi serta tenaga SDM yang handal untuk mengatasinya. Strategi ini dibutuhkan untuk menaikkan keuntungan serta meningkatkan kepuasan pelanggan maupun semakin bertambahnya pelanggan. Maka dengan cara inilah sebuah perusahaan dapat akan mencapai tujuan yang optimal. Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan aspek lain seperti memberikan pelayanan yang baik, kualitas produk juga baik dan dengan system yang baik sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Semua upaya hendaknya dilakukan dengan benar dan skala prioritas tentunya, agar meningkatnya penjualan serta kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ini merupakan promosi gratis dari pelanggan yang sudah merasakan dampak positif kemudian disebarkan kepada calon pelanggan lainnya.

Pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang di hadapi, baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah harus di lakukan dengan sungguh- sungguh dan memperhatikan faktor utama dan faktor pendukung lainnya.

Faktor yang berpengaruh dan sangat menentukan adalah sumber daya manusia, artinya manusia atau karyawan yang melayani nasabah, karena hanya dengan karyawanlah nasabah dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka dengan nasabah. Sarana dan prasarana juga harus dapat menunjang apa yang harus dilakukan oleh karyawan. Demikian juga dengan kualitas produk dan system yang ditawarkan harus mempunyai kelebihan dari pesaing.

Kepuasan nasabah sangat penting karena dengan mengetahui tingkat kepuasan nasabah PT Bank Central Asia, Tbk dapat mengetahui sejauh mana pelayanan yang telah diberikan oleh setiap karyawannya, khususnya bagi cabang KCP Kyai Caringin Jalan Balikpapan Raya No. 19 B-C Jakarta Pusat, dapat memperbaiki system pelayanannya sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Nasabah yang puas adalah nasabah yang mendapatkan Value dari produsen maupun penyedia jasa. Value bias merupakan pelayanan, produk dan system atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika nasabah menyatakan bahwa value adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi ketika nasabah mendapatkan produk yang berkualitas. Apabila value yang di dapatkan adalah kenyamanan, maka nasabah merasa bahwa pelayanan yang diberikan benar-benar baik dan memuaskan. Jika value dari nasabah adalah harga murah, maka nasabah puas kepada produsen karena memberikan harga paling kompetitif.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Bank

Bank atau perbankan sarana yang memudahkan aktivitas masyarakat atau tempat menyimpan uang, dalam hal perniagaan maupun investasi masa depan. Dunia perbankan merupakan salah satu institusi yang sangat berperan dalam perekonomian suatu negara. Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Kegiatan perbankan meliputi 3 hal :

- a. Menghimpun dana,
- b. Menyalurkan dana,
- c. Memberikan jasa bank lainnya

2.2 Pengertian pelayanan

Menurut *Ivone Wood (2009:5)* pelayanan pelanggan merupakan sebuah organisasi untuk menyediakan kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka dan layanan sebuah fungsi tentang sebaik apa sebuah organisasi bisa konsisten memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan mereka.

Berdasarkan pendapat *Oka A. Yoeti* dalam bukunya yang berjudul *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan (2006:6)* menyatakan bahwa "Pelayanan adalah menciptakan barang (*Obsession*), yang berkualitas (*overcommitment of quality*), dipercaya (*reability*), atau pelayanan yang prima (*excellence service*)".

Berdasarkan pendapat *Sarah Cook* dalam bukunya yang berjudul *Customer Care Excellence (2002:39)* menyatakan bahwa : "Pelayanan diartikan sebagai memenuhi harapan pelanggan, memberikan sekelas dunia, memberikan hubungan yang menyeluruh dengan pelanggan, dan memberikan perbaikan pelayanan secara terus-menerus".

Adanya 5 dimensi kualitas pelayanan menurut *Handi Irawan D. MBA, M Com* dalam bukunya *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan (2002:58)* yaitu :

1. *Tangible*, yaitu semua hal yang spesifik harus tampak oleh pelanggan.
Contoh : fasilitas ruangan, peralatan kantor, penampilan petugas, halaman parkir dan sebagainya.
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan petugas dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Ini adalah salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan pelanggan.
3. *Reability*, yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang akurat dan selalu menepati janji.
4. *Assurance*, yaitu tingkat keyakinan keramahan petugas yang dapat memberikan rasa aman serta kepastian bagi para pelanggan.

5. *Emphaty*, yaitu kemudahan menghubungi petugas, kepedulian, perhatian dan penuh pengertian secara individu bagi pelanggan.

Customer Service di dalam memberikan pelayanan harus selalu memperhatikan reaksi dari nasabahnya. Dan seorang security juga seharusnya sangat berperan aktif apabila ada nasabah yang ingin cepat dilayani dalam melakukan transaksi, sedangkan antrian di depannya sangat ramai, security dapat mengarahkan nasabah tersebut tetap ikuti jalur antrian, jika memang antriannya banyak, sehingga tidak mengecewakan nasabah lain yang sedang menunggu. Atau mengalihkan ke customer service lain yang sedang kosong. Sehingga customer service tetap memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah yang dilayaninya.

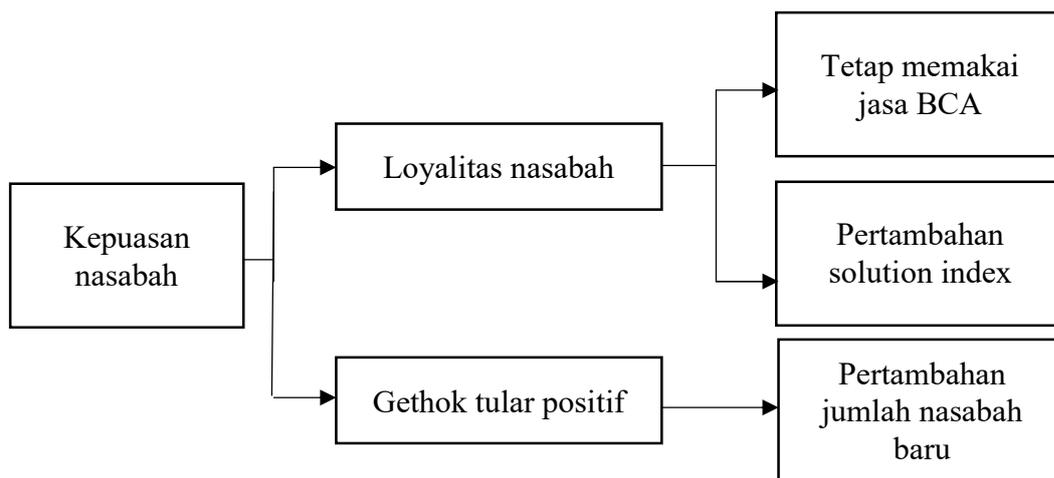
Dan untuk mengatasi hal-ha tersebut ada beberapa sikap yang harus dilakukan oleh customer service tersebut :

- a. Jangan menanggapi keluhan secara pribadi dan tetap bersikap ramah
- b. Mengambil jarak secara profesional
- c. Jika ada kritik dan keluhan, tetap bersikap sopan
- d. Ketahuilah nama nasabah dengan baik dan selalu menyebutkan namanya pada setiap kesempatan, sambil memperkenalkan diri secara profesional
- e. Dengarkan keluhan nasabah dengan simpatik
- f. Jangan berdebat dengan nasabah walaupun nasabah salah
- g. Jangan memotong dan mematahkan pembicaraan karena nasabah akan merasa kurang dihargai
- h. Terimalah keluhan sebagai konsekuensi jabatan
- i. Ajukan pertanyaan untuk mendapatkan informasi
- j. Meminta maaf jika terlihat kekecewaan nasabah, permintaan maaf kadang cukup mengobati kekecewaan nasabah
- k. Tetaplah ramah dan ucapkan terima kasih walaupun nasabah menyampaikan kritik dan keluhan
- l. Tanyakan kepada nasabah apakah ada hal-hal lain yang perlu disampaikan, serta tawarkan kembali bantuan.

2.3 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah dapat didefinisikan sebagai respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Factor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga, faktor yang bersifat pribadi ataupun sesaat. Kepuasan nasabah merupakan salah satu faktor penentu loyalitas nasabah.

Gambar 1.1 : Manfaat Kepuasan Nasabah

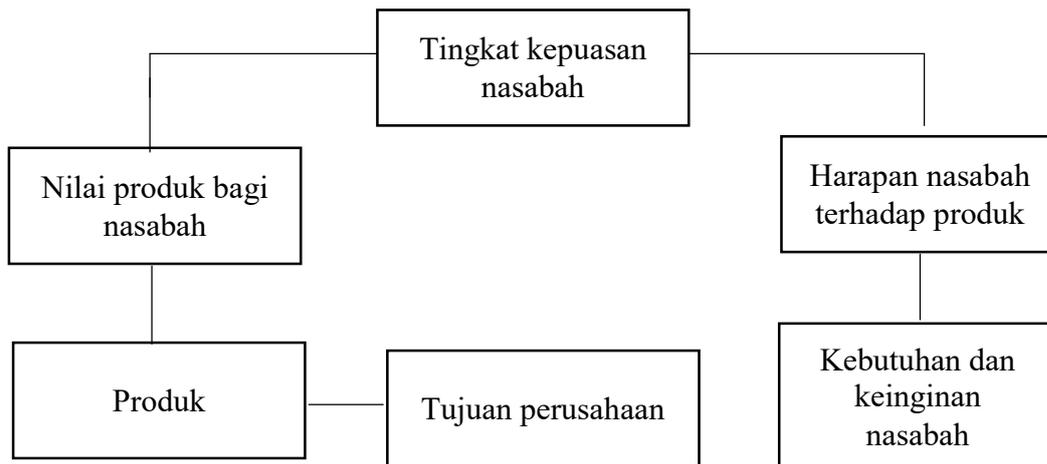


Sumber : Tjipto, Chandra, Adriana, et al 2008

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan nasabah, perusahaan harus melakukan empat hal :

- a. Mengidentifikasi siapa nasabahnya
- b. Memahami tingkat harapan dan kualitas
- c. Memahami strategi kualitas layanan nasabah
- d. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik kepuasan nasabah

e. **Gambar 1.2 : Konsep Kepuasan Nasabah**



Sumber : Tjipto, Chandra, Adriana

2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut *Djaslim* dalam buku *Manajemen Pemasaran (2004:55)*, faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

1. Faktor Kebudayaan (*Culture Factors*)
 - a. Budaya (*culture*)
 - b. Subbudaya (*subculture*)
 - c. Kelas Sosial (*social class*)
2. Faktor Sosial (*Social Factors*)
 - a. Kelompok referensi (*referency group*)
 - b. Keluarga (*family*)
 - c. Peranan dan status (*roles and group*)
3. Faktor Pribadi (*Personal Factors*)
 - a. Usia dan tahap daur hidup (*age and life-cyclestage*)
 - b. Pekerjaan (*occupation*)
 - c. Keadaan ekonomi (*economic circumstances*)
 - d. Gaya hidup (*life style*)
 - e. Kepribadian dan konsep diri (*personality and self-concept*)
4. Faktor Psikologis (*Psychological Factors*)
 - a. Motivasi (*motivation*)
 - b. Persepsi (*perception*)
 - c. Belajar (*learning*)
 - d. Kepercayaan dan sikap (*beliefs and attitudes*)

3. METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif. Teknik dan pelaksanaan dalam penelitian adalah survey. Penelitian survey adalah pengambilan sampel dari suatu populasi menggunakan kuisioner. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kepada para nasabah PT Bank Central Asia, Tbk. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Variable bebas (X) mewakili pelayanan dan Variable terikat (Y) mewakili kepuasan nasabah.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan metode purposive. Penelitian ini dilakukan di PT Bank Central Asia Cabang Kyai Caringin Jl Balikpapan Raya No. 19 B-C Jakarta Pusat. Lokasi ini dipilih karena penilaian dapat langsung diberikan nasabah selaku responden.

Metode Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah nasabah PT Bank Central Asia, Tbk Cabang Kyai Caringin yang terdiri dari suatu objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Nasabah PT Bank Central Asia, Tbk Cabang Kyai Caringin terdiri dari nasabah wanita juga laki-laki. Sampel penelitian adalah sebagian dari subjek penelitian yang dipilih dari populasi dengan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya. Dalam penelitian ini peneliti menjadikan individual nasabah sebagai responden menggunakan teknik *conveninallitas sampling method* dan diambil sebanyak 30 orang.

Berikut adalah penentuan bobot nilai dari jawaban responden pada kuisioner yang disebarakan dalam penelitian.

Tabel 1.1
Skor Penilaian

Bobot	Penilaian
5	Sangat setuju
4	Setuju
3	Ragu-ragu
2	Tidak setuju
1	Sangat tidak setuju

Teknis Analisa Data

Dalam penelitian data analisa data, penulis menggunakan alat analisa statistic sebagai berikut :

1. Analisis Koefisien Korelasi

Adapun alasan digunakan metode korelasi adalah untuk mengetahui sejauh mana hubungan variable X dan variable Y kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y dapat diukur dengan nilai yang disebut koefisiensi korelasi.

Rumus Koefisiensi adalah

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

n = Jumlah tahun

X = Pelayanan

Y = Kepuasan nasabah

r = Besarnya hubungan antara variable X dan Y

2. Analisis Koefisiensi Determinan

Dengan menggunakan hasil perhitungan korelasi dapat ditentukan besarnya koefisien determinasi nilai (r^2) adalah menunjukkan presentase pengaruh yang ditimbulkan akibat adanya pelayanan. Selanjutnya guna mengetahui seberapa besar kontribusi biaya promosi terhadap hasil kepuasan nasabah, maka dapat digunakan rumus koefisien penentu dengan persamaan sebagai berikut :

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

3. Analisis Regresi

Analisis Regresi berguna untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variable X berupa pelayanan karyawan dan variable Y berupa keputusan nasabah. Untuk mengetahui hubungan tersebut dengan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + Bx$$

Keterangan :

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi

X= Variable independent (pelayanan)

Y= Variable (kepuasan nasabah)

Tabel 1.2
Interprestasi

Bobot	Penilaian
0,0 – 0,19	Sangat lemah
0,2 – 0,39	Lemah
0,4 – 0,59	Sedang
0,6 – 0,79	Kuat
0,8 – 1	Sangat kuat

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan terhadap responden PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin. Untuk mengetahui bagaimana perilakunya dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan pilihan, maka penulis menggunakan tabel-tabel berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebarakan kepada nasabah PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin dengan jumlah responden yang hanya dibatasi 30 orang saja, hasil komulasi jawaban dapat dilihat dengan jelas melalui tabel dan data berikut ini :

Tabel 2.1
Penyebaran Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Proporsi
1.	Laki-laki	15	50%
2.	Perempuan	15	50%

	Total	30	100%
--	-------	----	------

Berdasarkan tabel 2.1 diatas, penyebaran 30 orang responden menurut jenis kelamin dapat diketahui, bahwa responden laki-laki adalah 50% dan responden perempuan 50%.

Penyebaran responden berdasarkan usia disajikan pada tabel 2.2 sebagai berikut :

Tabel 2.2
Penyebaran Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah	Proporsi
1.	≤ 20 Tahun	3	10%
2.	21-25 Tahun	9	30%
3.	26-30 Tahun	9	30%
4.	≥ 31 Tahun	9	30%
	Total	30	100%

Berdasarkan tabel 2.2 diatas, 30 orang responden menurut usia dapat diketahui bahwa responden yang memiliki rentang usia ≤ 20 tahun yaitu sebanyak 10%, kemudian yang memiliki usia 21-25 tahun yaitu sebanyak 30%, untuk rentang usia 26-30 tahun yaitu sebanyak 30%, dan yang terakhir untuk rentang usia ≥ 31 tahun yaitu sebanyak 30%.

Penyebaran responden berdasarkan pendidikan terakhir PT Bank Central Asia disajikan tabel 2.3 sebagai berikut :

Tabel 2.3
Penyebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah	Proporsi
1.	SMA	13	43%
2.	D1-D3	2	7%
3.	S1-S2	15	50%
	Total	30	100%

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat terlihat bahwa pendidikan terakhir untuk tingkat SMA yaitu sebanyak 43% untuk lulusan D1-D3 adalah 7%, dan untuk lulusan S1-S2 yaitu sebanyak 50%.

Dari hasil presentase yang diperoleh masing-masing indicator variable terhadap kemungkinan skor maksimal akan diperoleh kategori sebagai berikut :

Tabel 2.4
Kategori Penilaian Skor Setiap Indikator Variable Pelayanan

Range Skor	Jumlah Nilai Jawaban	Kriteria Penilaian
4,01 - 5	121 - 150	Sangat Pengaruh
3,01 - 4	90 - 120	Pengaruh

2,01 – 3	61 – 90	Cukup Pengaruh
1,01 – 2	31 – 60	Tidak Pengaruh
1	30	Sangat Tidak Pengaruh

Penyebaran responden terhadap fasilitas yang diberikan PT Bank Central Asia Cabang Kyai Caringin disajikan dalam tabel 2.5 sebagai berikut :

Tabel 2.5
Penyebaran Responden Berdasarkan Fasilitas Yang Disediakan

No	Tanggapan Fasilitas Dan Kenyamanan	Jawaban					Skor	Skor Maksimal	Persentase (%)
		STS	TS	CS	S	SS			
1.	Fasilitas Pendingin Udara	0	2	5	14	9	120	150	80%
2.	Kebersihan Kamar Mandi	0	2	8	13	7	115	150	77%
3.	Penyediaan Kotak Saran	0	2	13	11	4	107	150	71%
4.	Kebersihan Area	0	1	5	13	11	124	150	83%
5.	Fasilitas ATM	0	3	10	10	7	111	150	74%
6.	Penyediaan Nomor Antrian	0	3	9	10	8	113	150	75%
	Total	0	13	50	71	46	690	900	77%

Berdasarkan tabel 2.5 diatas, diketahui bahwa responden menyatakan bahwa fasilitas yang diberikan oleh PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin terhadap 6 (enam) butir pertanyaan / pernyataan indikator fasilitas memperoleh skor 690 dari 900 maksimal, dengan persentase 77% yaitu dalam kategori pengaruh. Apabila dilihat dari komposisi jawaban yang didapat dari kuisioner yang diberikan bahwa untuk kebersihan area memperoleh skor tertinggi yaitu 124 pada kategori sangat pengaruh dengan persentase 83% di ikuti oleh fasilitas udara memperoleh skor 120 pada kategori pengaruh dengan persentase 80%, untuk kebersihan kamar mandi mendapatkan skor 115 pada kategori pengaruh pada persentase 77%, untuk penyediaan nomor antrian mendapatkan skor 113 pada kategori pengaruh dengan persentase 75%, fasilitas ATM memperoleh skor 111 pada kategori pengaruh dengan persentase 74%, untuk penyediaan kotak saran mendapatkan skor 107 pada kategori pengaruh dengan persentase 71%.

Dengan demikian maka dapat dikemukakan bahwa kebersihan area PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan nasabah atau pada tingkat 77% dari kemungkinan skor maksimal.

Penyebaran responden berdasarkan service karyawan terhadap nasabah PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin disajikan dalam tabel 2.6 sebagai berikut:

Tabel 2.6
Kategori Penilaian Berdasarkan Penawaran Produk

No	Service Karyawan	Jawaban					Skor	Skor Maksimal	Persentase (%)
		STS	TS	CS	S	SS			
1	Penampilan Petugas	0	1	3	15	11	126	150	84%
2	Keramahan Dan Kesopanan	0	0	5	12	13	128	150	85%
3	Kecepatan Pelayanan Dan Transaksi	0	1	2	14	13	129	150	86%
4	Sambutan Terhadap Nasabah	0	0	3	15	12	129	150	86%
	Total	0	2	13	56	49	512	600	85%

Berdasarkan tabel 2.6 diatas, tanggapan responden terhadap 4 (empat) butir pertanyaan / pernyataan indicator service karyawan memperoleh skor 512 dari 600 skor maksimal.

Data Tentang Kepuasan Nasabah

Penyebaran responden terhadap kecepatan petugas PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin disajikan dalam tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skor penilaian terhadap kecepatan petugas dalam melayani nasabah

No	Tanggapan Kecepatan Petugas	Jawaban					Skor	Skor Maksimal	Persentase (%)
		STS	TS	CS	S	SS			
1.	Penyelesaian Pekerjaan	0	1	3	11	15	130	150	87%
2.	Kepuasan Dalam Pelayanan	0	1	2	12	15	131	150	87%
3.	Kepuasan Dalam Kecepatan	0	0	3	13	14	131	150	87%
4.	Kesedian Petugas Ditempat	0	0	6	10	14	128	150	85%
5.	Kesigapan Petugas	0	0	3	15	12	129	150	86%
	Total	0	2	17	61	70	649	750	87%

Berdasarkan tabel 3.1 diatas tanggapan responden terhadap 5 (lima) butir pertanyaan / pernyataan indikator kecepatan petugas dalam melayani nasabah memperoleh skor 649 dari 750 skor maksimal dengan

persentase 87% yaitu dalam kategori sangat berpengaruh. Apabila dilihat dari sub indikator kecepatan petugas, kepuasan dalam pelayanan, dan kepuasan dalam kecepatan memperoleh skor 131 pada kategori sangat berpengaruh yaitu 87% , untuk penyelesaian pekerjaan memperoleh skor 130 pada kategori sangat berpengaruh yaitu 87%, dan untuk kesigapan petugas memperoleh skor 129 pada kategori sangat berpengaruh yaitu 86%, diikuti dengan kesediaan petugas ditempat memperoleh skor 128 pada kategori sangat berpengaruh yaitu 85%.

Penyebaran responden terhadap keramahan petugas dalam melayani nasabah disajikan dalam tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skor Penilaian Terhadap Keramahan Petugas

No	Keramahan Petugas	Jawaban					Skor	Skor Maksimal	Persentase (%)
		STS	TS	CS	S	SS			
1	Keramahan dan Kesopanan Petugas	0	2	2	11	15	129	150	86%
2	Pelayanan Sesuai Harapan	0	0	5	12	13	128	150	85%
	Total	0	2	7	23	28	257	300	86%

Berdasarkan tabel 3.2 diatas responden terhadap 2 (dua) butir pertanyaan / pernyataan indikator keramahan petugas memperoleh skor 257 dari skor maksimal 300, dengan persentase 86% yaitu dalam kategori yang sangat berpengaruh. Apabila dilihat dari sub indikator keramahan yang diberikan petugas, keramahan dan kesopanan petugas memperoleh skor tertinggi yaitu 129 dengan kategori yang sangat berpengaruh yaitu dengan persentase 86%, sedangkan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah memperoleh skor 128 pada kategori yang sangat berpengaruh yaitu 85% dari kemungkinan skor maksimal.

Penyebaran responden terhadap komunikasi kepada nasabah PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin disajikan dalam tabel 3.3 sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skor Penilaian Terhadap Komunikasi Petugas Dengan Nasabah

No	Komunikasi Dalam Transaksi	Jawaban					Skor	Skor Maksimal	Persentase (%)
		STS	TS	CS	S	SS			
1	Komunikasi Dalam Transaksi	0	0	5	14	11	126	150	84%
2	Keluhan Yang Ditanggapi	0	0	4	14	12	128	150	85%
3	Kepuasan Dalam Penawaran Produk	0	1	4	16	9	123	150	82%
	Total	0	1	13	44	32	377	450	84%

Berdasarkan tabel 3.3 diatas, tanggapan responden terhadap 3 (tiga) butir pertanyaan / pernyataan indikator komunikasi terhadap nasabah memperoleh skor 377 dari skor maksimal yaitu 450, dengan persentase 84%. Yaitu dalam kategori berpengaruh. Apabila dilihat dari sub indikator komunikasi petugas dengan nasabah, menanggapi keluhan nasabah memperoleh nilai tertinggi yaitu 128 pada kategori sangat berpengaruh yaitu 85%, diikuti komunikasi dalam transaksi memperoleh skor 126 pada kategori sangat berpengaruh yaitu 84%, diikuti dengan kepuasan dalam penawaran produk memperoleh skor yaitu 123 pada kategori sangat berpengaruh yaitu 82% dari kemungkinan skor maksimal.

Interpretasi Hasil Penelitian

1. Uji Validasi dengan menggunakan rumus Koefisien Korelasi (r)

Rumus koefisien adalah :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

n = Jumlah Responden

X = Pelayanan

Y = Kepuasan Nasabah

r = Besarnya hubungan antara variable X dan Y

Diketahui :

n = 30

$\sum X = 1073$

$\sum Y = 1161$

$\sum XY = 41547$

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r = \frac{30(41547) - (1073 \cdot 1161)}{\sqrt{30 \cdot (38469) - (1073)^2} \cdot \sqrt{30 \cdot (45053) - (1161)^2}}$$

$$r = \frac{1246410 - 1245753}{\sqrt{2741} \cdot \sqrt{3669}}$$

$$r = \frac{657}{52.354 \cdot 60.572}$$

$$r = \frac{3171.2346}{657}$$

$$r = 0,21$$

Pengaruh Pelayanan (X) terhadap kepuasan karyawan (Y) didapat koefisien korelasi (r) **sebesar 0,21** yang berarti terdapat hubungan “positif lemah”. Bila pelayanan ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan, dan sebaliknya, bila tidak ada pelayanan yang baik maka akan berkurang kepuasan nasabah PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin

2. Analisis Koefisien Determinan (Kd)

Dengan menggunakan hasil perhitungan korelasi dapat ditentukan besarnya koefisien determinasi nilai (r^2) adalah menunjukkan persentase pengaruh yang ditimbulkan akibat adanya pelayanan yang baik. Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pelayanan terhadap kepuasan nasabah, maka dapat digunakan rumus koefisien penentu dengan persamaan sebagai berikut :

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

Diketahui r = 0,21

Maka :

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

$Kd = (0,21)^2 \times 100\%$

Kd = 4,41 %

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi pelayanan terhadap peningkatan atau penurunan kepuasan nasabah sebesar 4,41% sedangkan sisanya 95,59% dipergunakan oleh faktor-faktor lainnya.

3. Analisis Regresi

Analisis regresi dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variable X berupa pelayanan dan variable Y berupa kepuasan nasabah. Untuk mengetahui hubungan tersebut digunakan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variable Independent (pelayanan)

Y = Variable dependen (kepuasan nasabah)

Diketahui :

$$\sum XY = 41547$$

$$\sum X = 1073$$

$$\sum Y = 1161$$

$$\sum X^2 = 38469$$

$$\sum Y^2 = 45053$$

Telah dahulu dicari nilai b dan nilai a

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{30 \cdot 41547 - (1073 \cdot 1161)}{30 \cdot 38469 - (1073)^2}$$

$$b = \frac{(1246410) - (1245753)}{(1154070) - (1151329)}$$

$$b = \frac{657}{2741}$$

$$b = 0,24$$

Kemudian cari nilai a

$$a = \frac{(\sum Y) \cdot (\sum X^2) - (\sum X) \cdot (\sum XY)}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{(1161) \cdot (38469) - (1073) \cdot (41547)}{30 \cdot 38469 - (1073)^2}$$

$$a = \frac{(44662509) - (44608902)}{(1154070) - (1151329)}$$

$$a = \frac{53607}{2741}$$

$$a = 19,55$$

Masukkan nilai a dan b ke persamaan garis lurus :

$$Y = a + BX$$

$$Y = 19,55 +$$

$$Y = 19,55 + 0,24 X$$

Maka didapat persamaan garis koefisien regresi $Y = 19,55 + 0,24X$ yang dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah meningkat secara positif dan dipengaruhi oleh tingkat pelayanan karyawan PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin apabila tidak ada pelayanan ($X=0$), maka tingkat kepuasan nasabah sebesar 19,55

Kepuasan nasabah meningkat secara positif dan dipengaruhi oleh besarnya pelayanan 0,24.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin bergerak dibidang penjualan jasa perbankan.
2. Berdasarkan analisis korelasi didapat hasil $r = 0,21$ hal ini menunjukkan terdapat hubungan lemah dan positif antara pelayanan (X) dengan kepuasan nasabah (Y).
3. Dari hasil perhitungan Koefisien Determinasi / $Kd = 4,41\%$, berdasarkan hasil ini menunjukkan pengaruh pelayanan sebesar 4,41%, sedangkan faktor lainnya 95,59%.
4. Berdasarkan analisis regresi didapat hasil $Y = 19,55 + 0,24X$, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh lemah terhadap kepuasan nasabah, tanpa pelayanan yang baik maka kepuasan bernilai (-) / jauh dibawah harapan perusahaan.

Saran

1. Mengingat tingkat pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan, maka pelayanan perlu terus dipertahankan dan bahkan ditingkatkan.
2. Dalam melayani nasabah diperlukan tata cara/etika yang baik. Etika pelayanan yang baik diperlukan oleh customer service.
3. Bank Central Asia terus memperbaharui system pelayanan dan cara kerja untuk mengikuti perkembangan jaman.
4. Customer service PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kyai Caringin telah bersikap ramah dan sopan.
5. Kesopanan dan keramahan customer service dalam melayani nasabah telah menunjukkan kepuasan nasabah dengan semakin bertambahnya nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Oka A. Yoeti, (2006:6) *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*, Penerbit Pradnya Paramita
Cook Sarah. 2002, *Customer Care Excellence, Cara Untuk Mencapai Customer*

Handi Irawan D MBA, M Com, (2002:58) *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Penerbit PT Elex Media
Komputindo

Saladin Djaslim, (2004:55) *Manajemen Pemasaran (Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab)*, Edisi Ketiga, CV.
Linda Karya.