

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) CABANG SAMARINDA 1

Chottam¹, Achmad Rudzali², Florentina Kohat³

Chottam@polnes.ac.id¹, achmadrudzali@polnes.ac.id², florentinakohatbehen@gmail.com³

¹²³ Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Samarinda.

¹²³ Jl.Dr. Cipto Mangunkusumo, Samarinda

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji Kepuasan nasabah terhadap peranan *customer service* secara parsial dan simultan pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Samarinda 1. Instrumen Pengumpulan data berupa kuisioner yang diukur dengan Skala Likert. Sampel dalam penelitian ini adalah 350 orang nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Samarinda 1 yang dilakukan secara acak dengan menggunakan teknik pengambilan sampel probability sampling. Hasil dari dua hipotesis menunjukkan bahwa variable Peranan Customer service(X) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah(Y). Pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Samarinda.

Kata Kunci : Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah, Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1

Abstract

The purpose of this study was to test customer satisfaction with the role of customer service partially and simultaneously at PT Bank Rakyat Indonesia Samarinda Branch Office 1. The data collection instrument was a questionnaire measured by a Likert scale. The sample in this study were 350 customers of PT Bank Rakyat Indonesia Samarinda Branch Office 1 who were randomly assigned using probability sampling techniques. The results of the two hypotheses indicate that the variable role of customer service (X) is proven to have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) at PT Bank Rakyat Indonesia Samarinda Branch.

Keywords : Factors, satisfaction customers, Bank of Indonesian People, Samarinda 1

PENDAHULUAN

Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1 adalah lembaga keuangan yang saat ini sedang berkembang cukup pesat di Indonesia. Persaingan untuk memperebutkan nasabah juga semakin ketat. dengan jumlah bank dan kantor cabang yang banyak. Dengan produk yang ditawarkan bank beragam, kualitasnya pelayanan memang masih ampuh bagi bank untuk mempertahankan nasabah atau mendapatkan nasabah baru. Bahkan persaingan memperebutkan nasabah antara bank, dalam melakukan pelayanan. peranan dari *Customer service* ini berhubungan langsung dengan konsumen, maka dari itu harus diperlukan *Customer service* yang handal.

Pengertian *Customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang di tunjukkan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer service* memang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah.



Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1, ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah nasabah dalam kurun waktu 5 tahun, sebagai mana grafik diatas ini.

Berdasarkan grafik diatas jumlah nasabah Bank Rakyat Indonesia(BRI) Cabang Samarinda 1. Pada tahun 2014 yaitu dengan jumlah nasabah 3.264. Pada tahun 2015 terjadi peningkatan yaitu dengan jumlah nasabah 3.317. Pada tahun 2016 terjadi peningkatan yaitu dengan jumlah nasabah 3.432. Pada tahun 2017 jumlah nasabah menetap dengan jumlah nasabah 3.432. pada tahun 2018 terjadi peningkatan lagi yaitu dengan jumlah nasabah 3.441.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan membahas lebih mendalam tentang bagaimana peranan *Customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah , yaitu dalam sebuah penelitian dengan judul:

“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1”. Penelitian saya ini memilih Bank Rakyat Indonesia (BRI) Indonesia sebagai obyek penelitian karena dianggap representative sebagai salah satu bank Konvensional yang sedang berkembang saat ini dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Indonesia ini merupakan Bank Konvensional pertama yang berdiri di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

1. Mohammad Rendy Nugroho, Universitas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Dari penelitian terdahulu ini persamaannya adalah sama-sama menggunakan alat penelitian pendekatan kuantitatif Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu tersebut adalah. penelitian terdahulu lebih mengkaji tentang kualitas pelayanan sedangkan peneliti mengkaji tentang peranan *Customer service*



2. Yunni Rusmawati, Universitas Islam Lamongan

Dari penelitian terdahulu ini persamaannya adalah pada pelayanan *Customer Service* terhadap nasabah dimana penelitian tersebut sama-sama menggunakan alat penelitian pendekatan kuantitatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu tersebut adalah penelitian terdahulu lebih mengkaji tentang Pelayanan Customer service Terhadap Kepuasan Nasabah sedangkan peneliti mengkaji tentang peranan *Customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah

3. Risdayanti Harun, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Dari penelitian terdahulu ini persamaannya adalah pada pelayanan *Customer Service* terhadap nasabah dimana penelitian tersebut sama-sama menggunakan alat analisis kuantitatif . Perbedaan dari penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu lebih mengkaji tentang Pengaruh Pelayanan Customer service Terhadap Kepuasan sedangkan peneliti mengkaji tentang peranan Customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah

Menurut Kamsir, pengertian *Customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan nasabah.

Menurut Kasmir dalam bukunya etika Customer service (2004 : 98) ada beberapa peranan dalam *customer service*, sebagai berikut:

1. Melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan.
2. Memahami kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi nasabah, khususnya mengenai semua jenis produk dan jasa dalam hal ini *Customer service* menjawab pertanyaan nasabah mengenai pelayanan jasa perbankan serta menampung keluhan nasabah tentang layanan jasa perbankan.
3. Menjamin kelancaran dan keramah-tamahan pelayanan jasa bank terhadap nasabah baik kredit maupun tabungan.

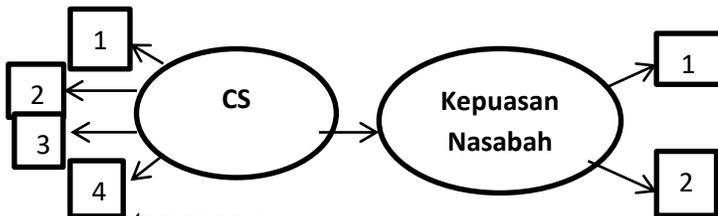
Seorang *Customer service* dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. dasar-dasar pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *Customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakteristik masing-masing nasabah sangat beragam.



Menurut Kottler (2000; 35) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia terima dibandingkan dengan harapannya. Nasabah baru akan merasa puas apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang mereka harapkan.

menurut Kotler (2005), ada 3 indikator kepuasan nasabah yaitu :

1. Sistem penanganan keluhan dan saran konsumen suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan luas pada konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.
2. Sistem survei reputasi perusahaan pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung.
3. Sistem analisis konsumen perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah melakukan transaksi dan berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.



Keterangan :

- | | |
|-------------------------|-------------|
| 1. Sarana | 1. Kepuasan |
| 2. Tanggung Jawab | 2. Produk |
| 3. Pelayanan | |
| 4. 4. Kecakapan Memadai | |

Dalam Model Penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa variabel X mempengaruhi variabel Y. Yaitu Peranan *Customer service* Bank BRI Cabang Samarinda 1 berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BRI Cabang Samarinda 1. Peranan yang diberikan oleh *Customer service* BRI Cabang Samarinda 1 tidak lepas dari indikator pokok antara lain meliputi Sarana, Tanggung Jawab, Pelayanan, Pengetahuan. Indikator inilah yang akan mempengaruhi adanya tingkat kepuasan yang diterima oleh seorang (Pelanggan).



METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

ini adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1. Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan mulai dari bulan Februari sampai bulan April 2020, Peneliti merasa waktu 2 bulan cukup untuk mendapatkan dan mengolah data yang diperlukan dalam penelitian ini sehingga menjadi karya tulis yang bermanfaat

Jenis Dan Sumber Data

jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa nilai atau skor atas jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuisioner. Sebagaimana kuisioner tersebut terlampir dalam lampiran penelitian ini. dan

sumber data dari penelitian ini adalah data sekunder dan data primer

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti ini menggunakan kuisioner Dalam pengumpulan data menggunakan kuisioner, pengujian menggunakan dua cara yaitu secara manual dan menggunakan *google form* yang dilakukan secara *online* tujuan dalam menggunakan kuisioner ini untuk mencangkup jumlah responden yang banyak dan tersebar ditempat yang luas.

Dokumentasi untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan.

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara pengamatan langsung ke obyek atau ke tempat, penelitian untuk memperoleh data dari perusahaan.

Alat Analisis

Penelitian ini menggunakan alat analisis Regresi Liner Sederhana yang digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (terikat) adalah. kepuasan dan

produk sedangkan yang menjadi variabel independen (bebas) adalah. Sarana, Tanggung jawab, Pelayanan dan Kecakapan memadai.

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan mempunyai nilai rata-rata keseluruhan dari 11 item pertanyaan adalah sebesar 46,17 sedangkan variabel dependen mempunyai nilai rata-rata keseluruhan dari 3 item pertanyaan adalah sebesar 12,47 Berikut nilai rata-rata peritem pertanyaan dapat dilihat pada Tabel 4.8.



Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas

Berdasarkan tabel 4.8 pada uji validitas di atas dapat kita ketahui bahwa setiap pernyataan yang ada dalam instrumen dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (pearson corelation) dengan r tabel dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung (pearson corelation) setiap komponen pernyataannya lebih besar dari pada r table

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas 350 Responden

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Peranan Customer service (X)	11	0,942	Relibel
Kepuasan Nasabah (Y)	3	0,781	Relibel

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat disimpulkan bahwa, setiap pertanyaan/pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60, sedangkan jika nilai Cronbach Alpha < 0,60 maka item dinyatakan tidak reliabel (Sarjono dan Julianita, 2011: 45). Dapat dilihat bahwa item Variabel X dan Variabel Y dinyatakan reliabel dengan Cronbach Alpha sebesar 0,942 dan 0,781. Kedua nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Error Std.	Beta		
1					



Tabel 4.10
Analisis Regresi Liner Sederhana

Peranan <i>Customer service</i>	,245	,008	,851	30,199	,000
---------------------------------	------	------	------	--------	------

Berdasarkan table diatas, diketahui nilai

Constan (a) sebesar 1,148 sedangkan nilai Peranan *Customer service* (b / koefisien regresi) sebesar 0,245, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,148 + 0,245$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

1. Nilai konstanta sebesar 1,148 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Kepuasan Nasabah adalah sebesar 1,148
2. Nilai koefisien regresi X sebesar 0,245 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Peranan *Customer service*, maka nilai Kepuasan Nasabah bertambah sebesar 0,245. Koefisien regresi tersebut bernilai Signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y Signifikan.

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.148	.381		3.017	.003
Peranan_Customer_Service	.245	.008	.851	30.199	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)



Besarnya angka Ttabel dengan ketentuan $\alpha = 5\%$, $n = 350$ responden dan $k = 2$ variabel independen, sehingga dapat dirumuskan Ttabel sebagai berikut : ($n - k = 350 - 2 = 348$) sehingga diperoleh nilai T tabel sebesar. (1,649)

Hasil uji Koefesien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	.724	.723	1.21996

Berdasarkan tabel diatas dapat menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi/ hubungan (R) yaitu sebesar 0,851. Dari output tersebut dapat diperoleh koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 0,724. Artinya pengaruh yang diberikan oleh Peranan *Customer service* (variabel bebas) terhadap kepuasan nasabah (variabel terikat) Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1. Sebesar 72,4% sedangkan 27.6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Simpulan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka akan dikemukakan beberapa kesimpulan yang didapat dan diambil mengenai Peranan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1. Peranan customer service berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1. Dengan t hitung sebesar 30.199 dan t tabel sebesar 1,649 atau t hitung > t tabel. Berdasarkan uji koefisien determasi diperoleh nilai R square sebesar 0,724. Artinya tingkat kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan nasabah sebesar 72,4 % sedangkan 27.6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini. Dan customer service Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1. Telah menerapkan standar operasional prosedur (SOP) customer service.

Saran

Dalam penelitian ini tentunya masih ditemukan banyak kekurangan, baik keterbatasan waktu, keterbatasan data, dan keterbatasan penulisan dari peneliti sendiri. Agar memperoleh hasil yang lebih bagus dan lebih mendalam maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut



1. Bagi Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1.

diharapkan dapat mempertahankan tingkat kualitas pelayanan customer service agar dapat mempertahankan kepuasan nasabah, dan diharapkan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperluas cakupan objek dan subjek, serta menambah variabel lainnya untuk memperkuat penelitian yang akan dilakukan.

3. Bagi Prodi S1 Keuangan Dan Perbankan

diharapkan selain memberikan ilmu tentang perbankan alangkah lebih baiknya diikuti dengan memberikan pengetahuan tentang kualitas pelayanan yang baik merupakan aktivitas yang dilakukan yang bertujuan memberikan kepuasan terhadap yang menerimanya

DAFTAR RUJUKAN

Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian Ekonomi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Bugin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif.kuantitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Bank BRI. Cabang samarinda 1.*jumlah nasabah.samarinda:2014.2018*.

Engel, James F. Roger D.Blackwell. Paul W.Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara

Fuady, Munir. 1999. *Hukum Perbankan Modern (Berdasarkan Undang-Undang Tahun 1998)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty, edisi revisi dan terbaru*. Jakarta: Erlangga.

Hutabalian, Yuniarta H dan Johnny Samuel Kalangi. 2015. *(Peran Customer Service dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia Persero)* Tbk Unit Politeknik ejurnal "Acta Dluma"

Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan (Dari Teori Menuju Aplikasi)*. Jakarta; kencana.

Kasmir. 2005. *Etika Customer service*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kasmir. 2007. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kasmir. 2014. *manajemen perbankan, edisi revisi*. Jakarta: Rajawali Pers. 97



Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*: PT Gelora Aksara Pratama

Lovenia, C. O. A., & Sutopo, S. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Maharani, A. D., & Darmastuti, I. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Universitas Diponegoro,

Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif.kuantitatif.Bandung* : PT Remaja Rosdakarya.

Passe, Longginus. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi Program Studi Manajemen Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Priyatno, D. (2010). *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Jakarta: PT BUKU SERU.

Rahardjo, Mugi. 2009. *Pemasaran Lembaga Keuangan atau Perbankan*. Surakarta: LPP UNS dan UNS Press.

STAIN Jember. 2014. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: STAIN Jember Press.

Sugiyatik. 2015. *Peranan Customer service (CS) PT Bank BRI Cabang Samarinda 1 dalam peningkatan kepuasan nasabah.samarinda*

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu. Irawan. 1989. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty

Sunyoto, D. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Medpress.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2001. *Total Quality Management*, Edisi Revisi. Yogyakarta: C.V. Andi.

