

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN PADA
BANK PANIN TBK KCP A. YANI BANJARMASIN**

Fadma Yulianti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE Indonesia) Banjarmasin
Jalan H. Hasan Basry No.9-11 Banjarmasin 70123 Telp. 0511-3304652 Faks.0511-3305238

Artikel info

Keywords: service quality,
customer satisfaction

Abstract

This research was aim to: (1) identify and analyze the influence of service quality which consists of reliability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness to customer savings satisfaction simultaneously at Panin Bank Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin; (2) identify and analyze the influence of service quality which consists of reliability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness to customer savings satisfaction partially at Panin Bank Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin; and, (3) identify and analyze the dominant factors that have influence on customer savings satisfaction at Panin Bank Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. This study used a questionnaire as a data collection tool. The population in this study is an individual or a savings customer at Panin Bank Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin with a total sample of 93 customers. The data sources in this research using primary and secondary data. The data collection technique through this research are using surveys and questionnaires. Data analysis was performed using multiple regression method. Based on the results of the regression analysis showed that the variables of service quality (reliability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness) simultaneously have a significant influence on savings customer satisfaction at Panin Bank Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin because the calculated F value (39.898) is greater than F table (2,319) = 0.000 or sig.F smaller than $\alpha = 0.05$. The magnitude effect of service quality variables (reliability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness) simultaneously at 69.6%. Analysis of the partial test results (t test), that variable reliability (X_1), assurance (X_2), tangibles (X_3), empathy (X_4), responsiveness (X_5), partially have significant influence on savings customer satisfaction at Panin Bank Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. The magnitude of reliability variable (X_1) affect the customer satisfaction of 49.3%, assurance (X_2) by 40.7%, tangibles (X_3) by 53.2%, empathy (X_4) of 45.3%, and responsiveness (X_5) amounted to 54.1%. Based on the value of the beta coefficient, the variable Reliability (X_1) is the most dominant variable affecting savings customer satisfaction at Panin Bank Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin because it has a beta coefficient (0.366) larger than other when compared with the variable quality of other services.

PENDAHULUAN

Perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa produsen atau para penjual berpikir keras agar tetap eksis di dunianya. Perubahan ini diakibatkan oleh berbagai sebab seperti pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi, baik teknologi mesin dan alat-alat berat, terlebih lagi teknologi telekomunikasi. Akibat perubahan teknologi yang begitu cepat, berimbas kepada perubahan perilaku masyarakat. Informasi yang masuk dari berbagai sumber dengan mudah diperoleh dan diserap oleh berbagai masyarakat sekalipun di pelosok pedesaan terpencil. Imbas yang paling nyata adalah masyarakat begitu cepat pandai dalam memilih produk yang disukai dengan membandingkan antara produk yang sejenis, tentu saja dalam arti yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sektor informasi seperti televisi, radio, koran atau majalah telah menjadikan masyarakat semakin cerdas dan masyarakat semakin sulit untuk dibohongi. Dampak lain bagi produsen adalah ketatnya persaingan antar produsen untuk memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Oleh karena itu, kemajuan teknologi ini perlu dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk merebut hati konsumen agar membeli dan mengkonsumsi produknya hanya melalui pemahaman pemasaran secara utuh dengan menjalankan strategi pemasaran yang tepat.

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan, juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien. Misalnya pengiriman

uang (transfer) dapat diterima pada hari itu juga dan penarikan uang pada saat itu juga melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Dampak bagi bank adalah tingginya biaya untuk membeli teknologi tersebut. Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai, seperti meningkatkan kepuasan nasabah melalui peningkatan mutu pelayanan dan menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

Menjalankan kegiatan penghimpunan dana, maka bank harus dapat menjaga kredibilitas, karena bank adalah lembaga kepercayaan. Kepercayaan merupakan komoditi inti yang diperjualbelikan bank, sedangkan uang hanya merupakan instrumen pembayaran dalam transaksi jual beli kepercayaan ini. Untuk itu, upaya mempertahankan dan menjaga kepercayaan masyarakat merupakan kegiatan prioritas dan harus menjadi fokus perhatian manajemen bank.

Di samping itu dalam pelaksanaan fungsi sebagai lembaga intermediasi, maka peran bank terlihat dari besarnya jumlah kredit yang disalurkan oleh bank. Kemampuan Bank dalam menjalankan fungsi intermediasi tersebut, sangat ditentukan oleh besarnya kemampuan bank dalam menghimpun dana dari masyarakat. Karena penyaluran kredit bisa dilaksanakan jika tersedia sejumlah dana baik yang bersumber dari pemilik bank (modal) maupun dari masyarakat.

Penyaluran kembali dana yang dihimpun seperti untuk memberikan kredit, bank perlu memperhatikan kesesuaian jangka waktu dana yang dihimpun dengan rencana penyalurannya. Dana yang berasal dari sumber jangka pendek hanya boleh dipergunakan untuk kredit berjangka waktu pendek. Sedangkan dana yang berasal dari sumber

jangka menengah hanya boleh dipergunakan untuk kredit jangka waktu pendek dan menengah. Sementara itu dana yang berasal dari sumber jangka panjang dapat dipergunakan untuk kredit berjangka panjang, menengah maupun pendek.

Bank perlu terlebih dahulu menggali struktur dana yang dihimpun, dan menyalurkannya pada aktiva produktif yang sesuai dengan sifat dan jangka waktu dana tersebut. Sehingga dapat dihindari ketidaksesuaian antara dana yang dihimpun dengan dana yang disalurkan. Perbankan perlu mengetahui hal-hal yang mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menyimpan dananya pada sistem perbankan. Demikian halnya bagi otoritas moneter, hal ini penting diketahui agar dapat dipilih langkah antisipatif untuk menciptakan iklim yang kondusif yang merangsang masyarakat untuk lebih banyak menyimpan dan mendayagunakan dana yang dimilikinya kedalam sektor perbankan. Disamping itu, bagi manajemen bank akan sangat berguna untuk menganalisa faktor yang dapat mempengaruhi penghimpunan dana masyarakat.

Perkembangan pesat industri perbankan Indonesia dewasa ini sangat berpengaruh besar terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Perkembangan ini diharapkan dapat mendorong industri perbankan ke arah kemandirian dan bersaing secara sehat, efisien dan profesional. Dalam menghimpun dana masyarakat, bank harus dapat menjaga kredibilitas, karena bank adalah lembaga kepercayaan. Kepercayaan merupakan komoditi inti yang diperjualbelikan bank, sedangkan uang hanya merupakan instrumen pembayaran dalam transaksi jual beli kepercayaan ini. Untuk itu, upaya mempertahankan dan menjaga kepercayaan masyarakat merupakan kegiatan prioritas dan harus menjadi fokus perhatian manajemen bank.

Bank Panin Tbk. adalah salah satu lembaga keuangan milik swasta yang bertugas menyediakan jasa tertentu. Bank Panin, Tbk. didirikan dengan akta No. 85 tanggal 17 Agustus 1971. Bank berkedudukan di Jakarta dengan 46 kantor cabang di Indonesia, 1 cabang di Cayman Islands dan 1 kantor perwakilan di Singapura. Kantor pusat Bank beralamat di Gedung Panin Centre Jl. Jend. Sudirman Jakarta.

Sesuai dengan anggaran dasar Bank, ruang lingkup kegiatan Bank adalah menjalankan usaha bank umum dalam arti kata seluas-luasnya di dalam maupun di luar negeri. Bank mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 18 Agustus 1971, sesuai dengan izin usaha yang diberikan oleh Menteri Keuangan Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. KEP-205/DDK/II/8/1971 tanggal 18 Agustus 1971. Sesuai dengan Surat Keputusan Bank Indonesia No. 5/2-Kep.Dir. tanggal 21 April 1972, bank telah mendapat persetujuan menjadi bank devisa.

Bagaimanapun Bank Panin Tbk. mau tidak mau berada dalam kompetisi yang mengharuskan adanya perubahan, selaras dengan pertumbuhan ekonomi sehingga mendorong penawaran dan permintaan peluang kerja dan aspek pasar serta ekonomi lainnya yang semakin terbuka. Berdasarkan persetujuan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia kepada Bank Panin menunjukkan bahwa otoritas perbankan di tanah air menilai bahwa Bank Panin di nilai sehat dan diijinkan untuk memperluas jaringan. Kondisi yang demikian tentunya akan berdampak sangat positif karena Bank Panin mampu memberikan layanan yang lebih baik dan luas kepada nasabah.

Secara umum Bank Panin Tbk. dalam penghimpunan dana dan layanan jasa telah mengeluarkan produk-produk perbankan seperti kredit dan tabungan.

Tabel 1. Jumlah Tabungan Beserta Pencapaiannya pada Bank Panin Tbk KCP A. Yani Banjarmasin (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Tabungan	Target	Pencapaian
2007	21.585	25.902	33.855
2008	33.855	42.319	51.640
2009	51.640	67.132	68.980
2010	68.980	89.674	89.418

Sumber: Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin, 2012

Berdasarkan data di atas, dapat kita lihat bahwa pertumbuhan nasabah tabungan pada Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin dari tahun ke tahun semakin meningkat. Semakin meningkatnya pertumbuhan nasabah tabungan tentunya menjadi modal utama bagi Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin dalam mengembangkan usahanya.

Dari lima dimensi kualitas jasa pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangibles* yang ada pada Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin perlu digali lebih dalam tentang faktor-faktor kelemahan/kekurangan dalam memasarkan produk tabungan agar target yang ditentukan oleh pihak manajemen dapat tercapai. Hal ini dimaksudkan agar keunggulan yang dimiliki tetap dapat dipertahankan dan apabila terdapat kelemahan segera dapat diantisipasi sehingga kualitas jasa pelayanan tetap terus terjaga.

Langkah-langkah yang harus diperhatikan dalam mempertahankan atau menarik nasabah khususnya lima dimensi kualitas jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah merupakan kekuatan yang perlu ditingkatkan dalam memasarkan produk tabungan, maka penulis tertarik untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa terhadap ke-

puasan nasabah tabungan pada Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy*, *responsiveness* secara simultan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin; (2) mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy*, *responsiveness* secara parsial terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin; dan, (3) mengetahui dan menganalisis faktor yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin.

METODE PENELITIAN

Sumber Data

Data sekunder, merupakan data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumbernya, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumentasi (Sugiyono, 2008, 129). Data yang digunakan dalam penelitian melalui publikasi yang telah dilakukan oleh Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin tentang profil bank dan laporan perkembangan jumlah tabungan.

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2008, 129). Data primer yang akan digunakan adalah data hasil pengisian kuesioner yang disebar kepada responden (nasabah). Nasabah yang dijadikan sampel adalah nasabah tabungan pada Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasinya adalah individu atau nasabah yang sedang mena-

bung pada Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. Berdasarkan data perkembangan jumlah nasabah tabungan, maka populasi penelitian ini diambil berdasarkan jumlah nasabah akhir tahun 2010 sebanyak 1.397 nasabah, dengan kriteria bahwa populasi adalah nasabah tabungan pada Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin.

Menurut Sugiyono (2008, 62) sampel adalah sebagian dari populasi, terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Karena populasi dalam penelitian ini begitu besar, maka untuk memudahkan pelaksanaan penelitian perlu ditetapkan sampel. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Umar (2003, 146) dengan tingkat kesalahan 10 %, seperti di bawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir dengan tingkat kesalahan dipakai 10%.

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1.397}{1 + 1.397 (0,10)^2} = 93$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 93 orang nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. Teknik pengumpulan sampel menggunakan metode *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata. Cara demikian dilakukan karena anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2008, 64).

Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (*independent variable*) yaitu kepuasan nasabah yang terdiri dari faktor *tangibles, responsiveness, assurance, reliability, empathy* dan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu loyalitas nasabah. Variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan diukur melalui:
 - a. *Reliability* (dapat diandalkan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini diindikasikan oleh: (1) Bila menjanjikan akan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan pasti akan direalisasikan; (2) Bersikap simpatik dan bersungguh-sungguh membantu nasabah memecahkan masalah yang ada; (3) Memberikan pelayanan secara tanggap dan tepat sejak awal; (4) Menyediakan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan; (5) Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan.
 - b. *Assurance* (kemampuan dipercaya), yakni kemampuan memberikan kepastian dan jaminan dalam memberikan pelayanan untuk setiap nasabah. Hal ini diindikasikan oleh: (1) Karyawan yang terpercaya; (2) Perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan penyedia jasa; (3) Karyawan yang selalu bersikap sopan terhadap nasabah; (4) Karyawan yang berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan nasabah.
 - c. *Tangibles* (atribut yang tampak), yakni penilaian mencakup kondisi fisik, peralatan serta penampilan pekerja dalam memberikan pelayanan. Hal ini diindikasikan oleh: (1) Memiliki peralatan modern; (2) Fasilitas fisik menarik untuk dilihat; (3) Karyawan berpenampilan rapi;

- (4) Sarana-sarana promosi yang berkaitan dengan pelayanan (seperti pamflet, brosur, spanduk) menarik untuk dilihat.
- d. *Empathy* (kepedulian), yakni memberikan informasi terbaru dalam pelayanan, kepedulian untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabah. Hal ini diindikasikan oleh: (1) Memberikan perhatian secara individual kepada nasabahnya; (2) Jam operasional yang fleksibel untuk kenyamanan nasabah; (3) Memberikan perhatian khusus kepada para nasabah; (4) Perusahaan yang sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan setiap nasabah; (5) Karyawan yang memahami kebutuhan spesifik para nasabah.
- e. *Responsiveness* (daya tanggap), yakni sikap tanggap dan peduli dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini diindikasikan oleh: (1) Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada nasabah; (2) Layanan yang segera/cepat dari karyawan bank; (3) Karyawan yang selalu bersedia membantu nasabah; (4) Karyawan selalu punya waktu untuk merespons permintaan nasabah.

2. Definisi Kepuasan Nasabah (Variabel Y)

Kepuasan nasabah (Y) adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya (Kotler, 2005,50). Kepuasan nasabah diukur berdasarkan kepuasan terhadap waktu menyelesaikan transaksi, cara memperlakukan nasabah sesuai harapan nasabah, pelayanan dengan cepat, menjadwalkan nasabah pada waktu yang tepat dalam bertransaksi, sarana dan prasarana.

Teknik Pengumpulan Data

Survei yaitu melakukan pengamatan secara langsung mengenai perkembangan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A.

Yani Banjarmasin dengan mempelajari data dan informasi, sehingga memberikan gambaran secara jelas dan nyata dari permasalahan yang dihadapi.

Kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan alternatif pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin yang dijadikan responden untuk memperoleh data primer yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

Teknik Analisis Data

Untuk menguji hipotesis, maka dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan alat uji yaitu:

1. Uji F statistik; Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (X_i) secara bersama-sama/simultan dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
2. Uji t statistik; Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen (X_i) terhadap variabel dependen (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Panin Bank didirikan pada tahun 1971 dan menjadi bank pertama yang menjadi perusahaan publik di Bursa Efek Jakarta tahun 1982. Panin Bank merupakan salah satu bank komersial yang terkemuka di Indonesia. Didukung keunggulannya di sektor perbankan ritel, Panin Bank merupakan salah satu bank terkemuka dalam melayani pasar nasabah dan komersial.

Selama krisis keuangan Asia tahun 1998, berkat dukungan kekuatan modal dan praktik pengelolaan risiko yang berhati-hati, Panin Bank berhasil melewati periode yang

penuh ketidakpastian tersebut dan menjadi satu dari hanya beberapa bank di Indonesia yang tidak memerlukan bantuan rekapitalisasi dari pemerintah Indonesia. Kini, Panin Bank mengoperasikan salah satu jaringan layanan yang paling komprehensif di Indonesia, meliputi lebih dari 360 kantor cabang serta berbagai pilihan layanan elektronik seperti mesin ATM, *internet Banking*, *Mobile Banking*, serta fasilitas *call center*, per Desember 31, 2008, Panin Bank berhasil meraih peringkat sebagai salah satu 10 bank terbesar di Indonesia dalam hal total aktiva dan kekuatan permodalan.

Tahun 2009 Panin Bank mencatat laba bersih setelah pajak sebesar Rp928 miliar, atau naik 101% dari tahun sebelumnya sebesar Rp461 miliar. Kenaikan laba tahun 2004 ditopang oleh pendapatan bunga bersih sebesar Rp1,22 triliun dan *Fee Based In-come* sebesar Rp743 miliar, sedangkan biaya Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif (PPAP) terdapat pemulihan sebesar Rp2,70 miliar, sejalan dengan membaiknya kualitas aktiva produktif Bank, dengan NPL Netto 0,63%. Total Aset meningkat 24% menjadi sebesar Rp23,94 triliun dibandingkan dengan akhir tahun 2003 sebesar Rp19,38 triliun. Kenaikan tersebut didukung oleh meningkatnya Dana Pihak Ketiga khususnya Tabungan yang meningkat 58% menjadi Rp 4,24 triliun berkat keberhasilan Panin Bank memasarkan produk Tabungan Magna Panin yang diluncurkan pada awal tahun 2009. Penyaluran kredit selama tahun 2009 meningkat sebesar 33% menjadi Rp11 triliun, terutama didukung oleh kredit nasabah dan pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Kredit Pemilikan Rumah (KPR) berjumlah Rp1,58 triliun atau meningkat 38% dibanding akhir tahun 2003, dan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) sebesar Rp1,44 triliun atau naik 50% dibanding akhir tahun 2003.

Sedangkan kredit kepada usaha menengah dan kecil meningkat 61% menjadi Rp1,78 triliun. Meningkatnya laba secara signifikan tidak semat-mata karena biaya cadangan aktiva produktif, namun juga didukung oleh peningkatan hasil bunga bersih yang dihasilkan dari pertumbuhan kredit serta turunnya suku bunga pendanaan Bank. Suku bunga yang rendah dan nilai tukar serta laju inflasi yang terkendali, memungkinkan perbankan nasional pada umumnya dan Panin Bank khususnya meningkatkan kinerjanya. Meningkatnya kinerja usaha selama tahun 2004 juga tercermin pada membaiknya rasio-rasio keuangan Bank. *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) meningkat secara signifikan menjadi 5,63% dan 28,15% dari posisi tahun sebelumnya masing-masing 3,0% dan 15,67%. *Loan to Deposit Ratio* (LDR) juga meningkat menjadi 72,93% dari posisi tahun 2003 sebesar 71,16%. Sedangkan Rasio Kecukupan Modal (CAR) berhasil dipertahankan pada posisi yang masih cukup tinggi, yaitu 37,43%. Perluasan jaringan usaha terus dikembangkan dengan membuka kantor cabang baru, penambahan jumlah ATM dan merelokasi kantor cabang ke tempat-tempat yang lebih strategis. Dalam setahun terakhir telah dibuka 27 kantor cabang baru, sehingga jumlah kantor cabang menjadi 387 kantor, 497 unit ATM PANIN, 3200 jaringan ATM ALTO Mobile Banking dan Call Centre. Disamping itu Panin Bank segera merealisasikan kerjasama dengan penyelenggara jaringan ATM BERSAMA, agar para nasabah Panin Bank dapat memanfaatkan fasilitas pada lebih dari 5000 ATM BERSAMA di seluruh Indonesia tanpa dikenakan biaya tambahan.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil perhitungan validitas dan reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan,

bahwa dari 22 item yang terdapat dalam variabel kualitas pelayanan ini memperlihatkan semua butir instrumen yang digunakan memiliki nilai "r" yang lebih besar dari nilai 0,3 yang berarti semua butir instrumen adalah valid. Variabel kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin yang terdiri 5 item juga mempunyai nilai r hitung lebih besar dari 0,3, yang berarti semua butir instrumen tersebut adalah valid. Menurut Sugiyono (2008, 124) syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat validitas apabila koefisien korelasi $r > 0,3$. Sedangkan nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan lebih besar dari 0,6, berarti variabel penelitian yang digunakan sudah *reliable*. Hal itu sesuai dengan pernyataan Ghozali (2005,42) menyebutkan bahwa suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* bila memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* di atas 0,6.

Hasil Regresi

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan bukti empiris bahwa variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. Berdasarkan pada alat analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan regresi linear berganda, maka perlu dilakukan pengujian-pengujian yang melekat pada alat analisis tersebut. Pengujian untuk hipotesis pertama (H1) akan diuji menggunakan uji simultan (uji F), hipotesis dua (H2) dan hipotesis ketiga (H3) akan diuji menggunakan koefisien korelasi parsial (uji t). Pengolahan data tersebut dengan bantuan SPSS yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 2.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 2, maka persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 4,264 + 0,420.X_1 + 0,255.X_2 + 0,206.X_3 + 0,228.X_4 + 0,363.X_5 + e$$

Koefisien regresi parsial, seluruhnya yang terdiri dari lima variabel independen (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) menunjukkan koefisien regresi yang positif, berarti terdapat pengaruh positif atau searah antara variabel independen (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) dengan variabel dependen (kepuasan nasabah). Dengan demikian apabila kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin akan naik. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan menurun maka kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin juga akan turun.

Pengujian Hipotesis

Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Analisis hasil uji simultan (uji F) ini digunakan untuk membuktikan hipotesis pertama. Variabel *Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin dengan tingkat signifikansi 5%. Hal itu terbukti bahwa nilai F hitung (39,898) lebih besar dari F tabel (2,319) atau $\text{sig.} F = 0,000$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Penjelasan tersebut sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis pertama, jika F hitung lebih besar dari F tabel maka variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, atau variabel kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*).

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda

Simbol	Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Prob./Sig.	Korelasi Parsial
X1	<i>Reliability</i>	0,420	6,031	0,000	0,493
X2	<i>Assurance</i>	0,255	4,895	0,000	0,407
X3	<i>Tangibles</i>	0,206	3,279	0,002	0,532
X4	<i>Empathy</i>	0,228	3,528	0,001	0,453
X5	<i>Responsiveness</i>	0,363	4,222	0,000	0,541

Konstanta = 4,264

Multiple R = 0,834

R Squared = 0,696

F Ratio = 39,898

Prob = 0,000

n = 93

Sumber: data diolah, 2012

Untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel-variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) dapat dilihat dari nilai korelasi secara keseluruhan (*Multiple R*). Berdasarkan tabel 2 di atas nilai *R* sebesar 0,834, hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) secara simultan dengan kepuasan nasabah dapat dikatakan sangat erat karena besarnya koefisien korelasi (*Multiple R*) tersebut hampir mendekati angka satu. Apabila koefisien mencapai nilai 1 (satu), maka hubungan itu dapat dikatakan sempurna.

Selanjutnya untuk melihat koefisien determinasi (*R Square* atau R^2) akan diketahui besarnya derajat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan pada tabel 2 nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,696. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variasi variabel-variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) secara simultan mampu menjelaskan variasi variabel dependen (kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin) sebesar 69,6%, sedangkan sisa-

nya sebesar 30,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Analisis hasil uji parsial (uji t) digunakan untuk membuktikan hipotesis kedua. Hasil regresi secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai t hitung variabel *Reliability* (X_1) adalah sebesar 6,031, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t-tabel pada *alpha* 5% (0,05) yaitu sebesar 1,663. Dengan demikian secara parsial variabel *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin dengan probabilitas tingkat kesalahan variabel sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 0,420, yang dapat diartikan adanya pengaruh positif atau searah antara *reliability* terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. Besarnya kontribusi pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,493 atau 49,3% (nilai korelasi parsial) dengan

asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.

- b. Nilai t hitung variabel *Assurance* (X_2) adalah sebesar 4,895, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t -tabel pada Alpha 5% (0,05) yaitu sebesar 1,663. Dengan demikian secara parsial variabel *Assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin dengan probabilitas atau tingkat kesalahan variabel sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 0,255, yang dapat diartikan adanya pengaruh positif atau searah antara *Assurance* terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin, artinya apabila *Assurance* meningkat maka kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin akan naik dan sebaliknya jika *Assurance* menurun maka kepuasan nasabah Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin akan turun. Besarnya kontribusi pengaruh variabel *Assurance* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,407 atau 40,7% (nilai korelasi parsial) dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.
- c. Nilai t hitung variabel *Tangibles* (X_3) adalah sebesar 3,279, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t -tabel pada Alpha 5% (0,05) yaitu sebesar 1,663. Dengan demikian secara parsial variabel *Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin dengan tingkat kesalahan variabel sebesar 0,002 (lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 0,206, yang dapat diartikan adanya pengaruh positif atau searah antara variabel *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. Besarnya kontribusi pengaruh variabel *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,532 atau 53,2% (nilai korelasi parsial) dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.
- d. Nilai t hitung variabel *Empathy* (X_4) adalah sebesar 3,528, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t -tabel pada Alpha 5% (0,05) yaitu sebesar 1,663. Dengan demikian secara parsial variabel *Empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin dengan tingkat kesalahan variabel sebesar 0,001 (lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 0,228, yang dapat diartikan adanya pengaruh positif atau searah antara variabel *Empathy* terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin, artinya apabila *Empathy* meningkat maka kepuasan nasabah Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin akan naik dan sebaliknya jika *Empathy* menurun maka kepuasan nasabah Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin akan turun. Besarnya kontribusi pengaruh variabel *Empathy* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,453 atau 45,3% (nilai korelasi parsial) dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.
- e. Nilai t hitung variabel *Responsiveness* (X_5) adalah sebesar 4,975, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t -tabel pada Alpha 5% (0,05) yaitu sebesar 1,663. Dengan demikian secara parsial variabel *Responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin dengan tingkat kesalahan variabel sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 0,363, yang dapat diartikan adanya

pengaruh positif atau searah antara variabel *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin, artinya apabila *Responsiveness* meningkat maka kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin akan naik dan sebaliknya jika *Responsiveness* menurun maka kepuasan nasabah Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin akan turun. Besarnya kontribusi pengaruh variabel *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,541 atau 54,1% (nilai korelasi parsial) dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.

Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Untuk menjawab tujuan ketiga dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin, ditunjukkan dari hasil perhitungan koefisien beta tertinggi yaitu variabel *Reliability* sebesar 0,366. Nilai koefisien beta untuk variabel *Reliability* tersebut adalah paling besar dibanding nilai koefisien beta variabel kualitas pelayanan yang lain. Artinya variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin adalah variabel *Reliability*. Berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *reliability* merupakan variabel dominan yang mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin terbukti diterima.

Pembahasan

Hasil analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh positif variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) terhadap kepuasan

nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. Signifikansi tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai t-hitung dari masing-masing variabel yang lebih besar dari t-tabel dengan taraf signifikan 5%. Hal ini berarti semua variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. Meskipun kelima variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) mempunyai hubungan yang signifikan, akan tetapi jika dilihat dari besar nilai koefisien beta yang dapat diketahui bahwa variabel *Reliability* mempunyai pengaruh yang lebih dominan dan mempunyai hubungan yang kuat terhadap peningkatan kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. Hal ini disebabkan nasabah Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin lebih mengutamakan ketetapan waktu dan keakuratan informasi pelayanan yang disampaikan oleh petugas bank tersebut.

Dilihat dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 69,6%, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) dalam mempengaruhi kepuasan nasabah (Y), berarti ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah seperti sosial budaya, politik, kebijakan bank bersangkutan, dan lain-lain sebesar 30,4%.

Dalam prakteknya tentu saja peningkatan kualitas pelayanan tidak semudah seperti yang ada dalam teori, walaupun dilakukan dengan prosedur dan kaidah yang sudah ditetapkan, masih banyak kendala yang dihadapi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Kendala dari dalam perusahaan dapat berupa pengelolaan manajemen, keahlian tenaga kerja, keleng-

kapas sarana dan prasarana, sedangkan kendala dari luar perusahaan berupa persaingan dengan bank lain. Dengan berbagai kendala tersebut tentunya kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian karena dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Mengingat kondisi dan kebijakan bank yang berbeda-beda pada setiap bank, maka pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan kepuasan nasabah pasti akan berbeda pula.

Implikasi dari penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan dalam memperbaiki kualitas pelayanan agar kepuasan nasabah dapat ditingkatkan sesuai dengan harapan mereka yaitu:

Reliability, yakni mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat serta memuaskan. Agar semua itu bisa tercapai perusahaan perlu meningkatkan pengetahuan karyawan dengan mengadakan training atau pelatihan karyawan. Perbaikan terhadap kemampuan dan pengetahuan karyawan perlu diprioritaskan dan perlu dijadikan agenda utama, misalnya membuat jadwal training atau pelatihan setiap tiga bulan sekali.

Assurance, yakni kemampuan memberikan kepastian dan jaminan dalam memberikan pelayanan untuk setiap nasabah. Hal ini bisa dilakukan dengan mengajak semua karyawan mengadakan meeting setiap minggu untuk menyamakan persepsi terhadap pemberian pelayanan kepada nasabah agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan aturan dan prosedur dan tidak pilih kasih. Selain itu, melakukan seminar-seminar tentang wawasan perbankan dan *product knowledge*.

Tangibles, yakni penilaian mencakup kondisi fisik, peralatan serta penampilan karyawan dalam memberikan pelayanan. Cara yang bisa dilakukan perusahaan adalah dengan menyediakan alat-alat modern seperti

mesin ATM, memperbaiki ruang tunggu agar nasabah lebih rileks saat menunggu antrian, menyediakan seragam karyawan yang lebih menarik, dan menyediakan sarana promosi dan informasi (brosur, informasi-informasi layanan) yang lebih baik.

Empathy, yakni memberikan informasi terbaru dalam pelayanan, kepedulian untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabah. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan pertemuan dengan nasabah agar dapat menciptakan rasa kekeluargaan. Pertemuan itu bisa dilakukan pada saat penarikan undian misalnya dan mengundang semua nasabah dengan memberikan penjelasan tentang prosedur pelayanan yang ramah dan sopan santun.

Responsiveness, yakni sikap tanggap dan peduli dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini bisa dilakukan dengan menumbuhkan rasa memiliki perusahaan bagi karyawan sehingga mampu menciptakan karyawan yang lebih mengutamakan disiplin kerja, berkomitmen yang berorientasi pada kepuasan nasabah, mempunyai rasa kesetiaan antar karyawan agar dapat saling mendukung dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

PENUTUP

Simpulan

Variabel-variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin karena nilai F hitung (39,898) lebih besar dari F tabel (2,319) atau sig.F= 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Besarnya pengaruh variabel-variabel kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empa-*

thy, Responsiveness) secara simultan sebesar 69,6%.

Analisis hasil uji parsial (uji t), bahwa variabel *Reliability* (X_1), *Assurance* (X_2), *Tangibles* (X_3), *Empathy* (X_4), *Responsiveness* (X_5), secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. Besarnya variabel *Reliability* (X_1) mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 49,3%, *Assurance* (X_2) sebesar 40,7%, *Tangibles* (X_3) sebesar 53,2%, *Empathy* (X_4) sebesar 45,3%, dan *Responsiveness* (X_5) sebesar 54,1%.

Berdasarkan nilai koefisien beta, variabel *Reliability* (X_1) merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin karena mempunyai nilai koefisien beta (0,366) paling besar jika dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan yang lain.

Saran

Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin perlu memperhatikan variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, *Responsiveness* secara menyeluruh, karena variabel ini mampu meningkatkan kepuasan nasabah tabungan.

Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin juga perlu memperhatikan variabel kualitas pelayanan secara individual seperti: *reliability* yakni mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat serta memuaskan, *assurance* yakni mampu memberikan kepastian dan jaminan dalam memberikan pelayanan untuk setiap nasabah, *tangibles* yakni memperbaiki kondisi fisik, peralatan serta penampilan karyawan dalam memberikan pelayanan, *empathy* yakni memberikan informasi terbaru dalam pe-

layanan, kepedulian untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabah, *responsiveness* yakni sikap tanggap dan peduli dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin perlu memperhatikan atribut-atribut dalam variabel *reliability* yaitu memberikan perhatian secara individual kepada nasabahnya dan memiliki jam operasional yang fleksibel untuk kenyamanan nasabah karena atribut ini dinilai masih rendah. Variabel *reliability* ini perlu diprioritaskan untuk meningkatkan kinerja kualitas pelayanan karena mempunyai pengaruh paling dominan dengan kepuasan nasabah. Kebijakan yang perlu diambil perusahaan adalah meningkatkan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dengan kemampuan pelayanan yang dimiliki Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin, maka kepuasan nasabah dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir, 2008. *Pemasaran Bank*. Prenada Media, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Terjemahan, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.

- Mowen, John C. And Minor Michael, 2001. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima, Terjemahan Dwi Kartini Yahya, Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2002. *Measuring Customer Satisfaction (Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan)*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sekaran, Uma, 2006. *Research Methods for Business, Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Terjemahan, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi kedua, Yogyakarta, Liberty.
- Swastha, Basu, 2001. *Asas-Asas Marketing*. Edisi Ketiga, Yogyakarta, Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing, Malang, Jawa Timur.
- Umar, Husien, 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta Business Research Center, Jakarta.