

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah BNI KCU Parepare

Nurul Riska Ainun¹, Siti Diva Syarifah Lukman², Syamsuriani³

Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah BNI KCU Parepare. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Slovin, dengan sampel yang diambil yaitu sebanyak 136. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra bank berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI KCU Parepare, baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: *citra bank, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan*

Copyright (c) 2024 Nurul Riska Ainun

✉ Corresponding author :

Email Address : divasyarifah.amsir@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor perbankan Indonesia telah mengalami kemajuan pesat. Setiap bank harus berusaha keras untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabahnya karena persaingan antarbank semakin ketat. Kepuasan nasabah menjadi kunci penting dalam membangun hubungan jangka panjang, meningkatkan loyalitas, dan memperoleh keuntungan yang berkelanjutan.tersebut hendak diterbitkan).

Kepuasan dalam industri perbankan sangat penting untuk meningkatkan dana bank. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Dengan terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara bank dan nasabah menjadi lebih harmonis, memberikan dasar yang baik bagi nasabah untuk membeli produk lain di bank yang sama, terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi bank (Perusahaan & Nasabah, 2020).

Kebahagiaan nasabah sangat penting untuk meningkatkan layanan, karena nasabah adalah roda penggerak bisnis di perbankan (Talumantak, 2023). Nasabah bisa saja beralih ke bank lain jika mereka merasa tidak puas. Oleh karena itu, kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank (Sari et al., 2021). Beberapa faktor yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabah adalah kualitas layanan dan citra perusahaan. Kualitas layanan merupakan

suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan dalam hal ini berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan layanan untuk kepuasan nasabah (Perusahaan & Nasabah, 2020). Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan nasabah. Layanan yang baik dan responsive dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank dan memperkuat hubungan jangka panjang.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah citra perusahaan. Setiap Perusahaan selalu berusaha membangun citranya yang positif di mata pelanggan. Citra yang dimaksud adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan. Citra dapat dikatakan sebagai suatu hal yang harus dibangun secara terus menerus, dengan kata lain, citra tidak dengan sendirinya terjadi begitu saja tanpa ada upaya-upaya yang dilakukan perusahaan untuk membangun image positif perusahaan di mata pelanggan (Jateng & Purwodadi, 2023). Citra bank mencakup persepsi nasabah tentang reputasi, keandalan, dan citra keseluruhan bank. Citra yang positif dapat membentuk keyakinan nasabah terhadap bank dan dapat meningkatkan loyalitas mereka.

Bank Negara Indonesia (BNI) merupakan salah satu bank yang memiliki peran strategis dan jaringan luas di Indonesia. BNI Kantor Cabang Utama (KCU) Parepare sebagai salah satu cabang BNI di wilayah Sulawesi Selatan juga berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan dan citra bank dalam rangka memberikan pengalaman yang positif bagi nasabahnya. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah nasabah dari berbagai produk tabungan yang ditawarkan, menunjukkan keberhasilan BNI KCU Parepare dalam memasarkan produknya. Meskipun demikian, belum dapat dipastikan bahwa nasabah benar-benar setia berdasarkan hal tersebut.

Hasil observasi awal yang dilakukan dengan melakukan wawancara kepada beberapa nasabah BNI KCU Parepare menunjukkan bahwa hal-hal seperti kualitas pelayanan dan citra bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari et al., (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra bank memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri KC Palembang. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh Talumantak, (2023) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, tetapi citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BCA Express Met Mall Cibubur.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pengaruh kualitas pelayanan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah BNI KCU Parepare. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berharga bagi manajemen BNI KCU Parepare untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan mengoptimalkan potensi pasar.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BNI KCU Parepare. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Slovin, metode ini berkaitan dengan penentuan sampel data suatu penelitian dengan jumlah populasi yang sangat banyak/besar dapat diambil sampel yang mewakili

keseluruhan populasi. Pada penelitian ini, sampel yang diambil sebanyak 136. Dengan teknik pengumpulan data yaitu, observasi, wawancara, dan kuesioner yang dibagikan kepada para responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden membantu untuk memahami identifikasi diri responden sebagai sampel penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik responden didasarkan pada jenis kelamin dan pekerjaan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 136 orang yang merupakan nasabah BNI KCU Parepare. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Pria	68	50%
2.	Wanita	68	50%
		136	100%

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa dari 136 responden, terdapat 68 orang atau 50% berjenis kelamin pria, sedangkan sebanyak 68 orang atau 50% berjenis kelamin wanita. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah dapat dikatakan seimbang. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah responden yang ditemui oleh peneliti. Responden tersebut dipilih secara universal (menyeluruh) sehingga memperoleh beberapa jenis pekerjaan responden.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	X _{1.1}	0,779	0,169	Valid
	X _{1.2}	0,805	0,169	Valid
	X _{1.3}	0,757	0,169	Valid
	X _{1.4}	0,677	0,169	Valid
	X _{1.5}	0,677	0,169	Valid
Citra Perusahaan (X ₂)	X _{2.1}	0,511	0,169	Valid
	X _{2.2}	0,499	0,169	Valid
	X _{2.3}	0,235	0,169	Valid
	X _{2.4}	0,546	0,169	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,529	0,169	Valid
	Y2	0,546	0,169	Valid

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
	Y3	0,553	0,169	Valid
	Y4	0,468	0,169	Valid

Sumber: data diolah SPSS ver. 25, 2023.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No item	Cronbach' Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	0,728	Reliable
Citra Perusahaan	0,694	Reliable
Kepuasan Nasabah	0,815	Reliable

Sumber: data diolah SPSS ver. 25, 2023.

Berdasarkan tabel 3 diatas diperoleh hasil uji reliabilitas kualitas pelayanan (X_1), citra perusahaan (X_2), dan kepuasan nasabah (Y) memiliki koefisien Alpha lebih dari 0,60. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua pengukuran setiap variabel dari kuesioner adalah *reliable*.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,417	,437		,956	,341
1 Kualitas Layanan	,457	,080	,400	5,714	,000
Citra Perusahaan	,403	,071	,407	5,657	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah SPSS ver. 25, 2023.

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat diketahui nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan sebesar 5,714 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $5,714 > 1,978$ dan nilai sig $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel citra Perusahaan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,657 dengan sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $5,657 > 1,978$ dan nilai sig $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 0,417 + 0,457 X_1 + 0,403 X_2$$

Uji Simultan

Tabel 5. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,623	2	6,208	33,574	,000 ^b
	Residual	24,406	132	,185		
	Total	43,029	135			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Layanan						

Sumber: data diolah SPSS ver. 25, 2023.

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 33,574 dengan nilai tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan (secara bersama-sama) terhadap variabel kepuasan nasabah.

Uji Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 ^a	,633	,420	,42999
a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Layanan				

Sumber: data diolah SPSS ver. 25, 2023.

Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,633 yang berarti variabel independent mampu menjelaskan perubahan variabel dependen dengan baik, karena nilai $R^2 > 0,5$. Dalam hal ini kualitas pelayanan dan citra perusahaan mampu menjelaskan perubahan nilai kepuasan nasabah sebesar 63,3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independent memiliki hubungan yang kuat terhadap variabel dependen.

SIMPULAN

Kualitas pelayanan dan citra bank baik secara parsial dan simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI KCU Parepare. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh BNI KCU Parepare serta citra positif yang dimiliki oleh bank tersebut memiliki dampak yang kuat terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori-teori dan penelitian terdahulu yang mengaitkan kualitas pelayanan yang baik dengan peningkatan kepuasan nasabah. Selain itu, citra bank yang positif juga berperan penting dalam membentuk persepsi positif nasabah terhadap bank, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan mereka.

Referensi :

Jateng, B., & Purwodadi, C. (2023). *JURNAL LOCUS: Penelitian & Pengabdian*. 2(2), 90-101. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i2.876>

- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations*. Grafiti.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas Jilid 1*. PT Indeks.
- Massora, A., & Widyanti, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT . Bank*. 9(1), 20–38.
- Perusahaan, C., & Nasabah, K. (2020). *Kualitas Layanan , Promosi , Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan*. 03(September), 474–481.
- Sari, R. R., Marnisah, L., & Zamzam, F. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN , KUALITAS PRODUK DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH ERA COVID 19 (STUDI KASUS DI PT . BANK MANDIRI KANTOR CABANG*. 2, 201–210.
- Talumantak, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepercayaan , Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BCA EXPRESS Met Mall Cibubur*. 2(3).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip. Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.
- VA Zeithaml, M. B. (2000). *Service Marketing 2nd edition: Integrating Customer Focus*. McGraw-Hill Inc.