

## Peran Produk Perbankan, Mutu Pelayanan dan Kepuasan Nasabah bagi Kinerja PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. di KCU Utama Jakarta

The Role of Banking Products, Quality of Service and Customer Satisfaction to The Performance of KCU PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Jakarta

Intan Zania<sup>1\*</sup>, Musa Hubeis<sup>2\*</sup>, dan Sapta Raharja<sup>3\*</sup>

<sup>1</sup> PT BNI (Persero) Tbk

Jl. Jenderal Sudirman, Kav. 1, Jakarta

<sup>2</sup> Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi Manajemen, Institut Pertanian Bogor

<sup>3</sup> Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor

\*Jl. Kamper, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

---

### ABSTRAK

Industri perbankan sangat erat kaitannya dengan kepercayaan, dimana pelayanan pelanggan sebagai keberhasilan. Pelanggan merupakan kunci bank untuk bertahan dalam menghadapi persaingan saat ini. Tujuan kajian ini menjelaskan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh produk perbankan dan mutu pelayanan PT BNI KCU Jakarta yang berimplikasi terhadap kinerja perbankan. Analisis data menggunakan statistik deskriptif, *Customer Satisfaction Analysis* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan regresi linear berganda. Berdasarkan CSI, tingkat rata-rata nilai kepuasan, mutu dan pelayanan berada pada tingkat kepuasan, maka berarti pelanggan puas dengan kinerja pelayanan PT BNI KCU Jakarta. Dari IPA, mutu rata-rata layanan 4,041 menunjukkan mutu pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*) memuaskan, sementara nilainya 4,3605 maka atribut tersebut penting bagi pelanggan. Koefisien determinasi dari analisis regresi linear berganda (*adjusted R square*) 0,653 atau kepuasan pelanggan 65,3% dapat dijelaskan oleh produk perbankan dan mutu pelayanan, serta sisanya (34,7%) disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: produk perbankan, pelanggan, mutu pelayanan, kepuasan nasabah, kinerja

### ABSTRACT

Banking industry is very closely related to trust, service and customer interactions. Customer is the key success of a bank to survive in the rapid competition at this time. This study conducted to describe customer satisfaction effected by banking products and service quality of PT BNI KCU Jakarta that has implications to their performance. Data analysis use the descriptive statistic, Customer Satisfaction analysis CSI, IPA and multiple regression, based on CSI, the average level of importance value and satisfaction levels of each attribute of service quality are at the level of customer satisfaction index which means that customers are satisfied with the service performance of PT BNI KCU Jakarta Pusat. From IPA, the average of service quality is 4,041 which means that the quality of service that includes reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible is satisfactory while the level of importance is 4,3605 which means that the attributes are important for customers. The result of the coefficient determination from multiple regression (*adjusted R square*) 0,653 or 65,3% customer satisfaction can be explained by banking products and service quality, and the rest (34,7%) caused by other factors.

Key words: banking products, customer, service quality, customer satisfaction, performance

---

\*) Korespondensi:

Jl. Jenderal Sudirman, Kav. 1, Jakarta

## PENDAHULUAN

Persaingan bisnis perbankan di masa mendatang akan diwarnai dengan perubahan kompleks dari berbagai kombinasi faktor-faktor seperti politik, ekonomi, teknologi dan sosial budaya, disamping pengaruh dari faktor pelaku bisnis bersangkutan, sehingga persaingan bisnis antar perusahaan relatif ketat, baik di pasar domestik maupun internasional. Keadaan ini apabila tidak disadari maupun diantisipasi, membuat para pelaku bisnis sulit memposisikan dirinya secara baik dan benar dibandingkan dengan pesaingnya dalam merebut konsumen (Hubeis, 1997).

Seiring dengan persaingan dalam dunia perbankan dan meningkatnya permintaan nasabah, telah menyebabkan pelanggan lebih leluasa dalam menentukan pilihannya terhadap jasa pelayanan yang dibutuhkan. Setiap bank harus siap dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat untuk mendapatkan pangsa pasar yang baik dan besar, maka produk dan jasa yang dihasilkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk harus melakukan berbagai jenis upaya dalam kegiatan pemasarannya, agar menarik dan sesuai dengan keinginan dan harapan nasabah. Pelaksanaan pelayanan terhadap nasabah merupakan salah satu jenis kegiatan dalam program pemasaran yang menjadi salah satu perhatian nasabah dalam memilih suatu produk perbankan. Pelaksanaan pelayanan terhadap nasabah sangat dipengaruhi oleh mutu dari pelayanannya sendiri.

Tujuan dari kajian ini: (1) menetapkan penilaian nasabah terhadap produk perbankan dan mutu pelayanan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jakarta Pusat, (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang perlu diperbaiki dan dipertahankan oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jakarta Pusat dan (3) menganalisis pengaruh produk perbankan dan mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang berimplikasi pada kinerja PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jakarta Pusat.

## METODOLOGI

Lokasi penelitian adalah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jakarta Pusat.

## Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mendapatkan gambaran mengenai karakteristik responden nasabah BNI KCU Jakarta Pusat digunakan distribusi frekuensi, sehingga dapat diketahui besarnya responden dalam kategori. Koefisien korelasi item total *Bivariate Pearson* dapat dirumuskan berikut:

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

Keterangan:

r = Indeks validitas

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total pertanyaan

n = pertanyaan

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan tetap konsisten jika dilakukan pengulangan terhadap pengukuran. Metode pengukuran dilakukan uji reliabilitas dengan metode *Alpha (Cronbach's)*. Priyatno (2008) mengemukakan bahwa metode *Alpha* sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-4 atau 1-5) atau skor rentangan (misal 0-20 atau 0-50). Arikunto (2002) merumuskan uji reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach's* berikut:

$$r_{ii} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{ii}$  = reliabilitas instrumen

k = pertanyaan

$\sigma_t^2$  = ragam total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah ragam butir

## Customer Satisfaction Index (CSI)

a. *Weighting Factor (WF)* adalah fungsi dari *mean importance score (MIS-i)* masing-masing atribut dalam bentuk persen (%) dari *total importance score (MIS-t)* untuk seluruh atribut yang diuji:

$$WF = \frac{MIS - i}{Total MIS} \times 100\%$$

Dimana, i = atribut ke i.

b. *Weighted Score (WS)* adalah fungsi dari *mean satisfaction score (MSS)* dikali *weighting factors (WF)*.

$$WF = MSS \times WF$$

c. *Weighted Score* (WS) adalah fungsi dari *total weighted score* (TWS) atribut-1 (a-1) hingga atribut-20 (a-20)

$$WAT = Wsa - 1 + Wsa - 2 \dots + Wsa - 20$$

d. *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah fungsi dari *weighted average* (WA) dibagi *highest scale* [HS/skala maksimum yang dipakai dalam penelitian ini (skala 5) dikalikan 100%].

$$CSI = \frac{WA}{HS} \times 100\%$$

Kriteria indeks kepuasan menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,00 (tidak puas hingga puas), yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria nilai CSI

No.	Nilai IKP	Kriteria
1.	0,00-0,34	Tidak puas
2.	0,35-0,50	Kurang puas
3.	0,51-0,65	Cukup puas
4.	0,66-0,80	Puas
5.	0,81-1,00	Sangat puas

Sumber: Stratford dalam Listyari, 2006.

### **Important Performance Analysis (IPA)**

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan petugas bank digunakan analisis IPA. Rentang skala penilaian berguna menentukan secara pasti jawaban responden sesuai nilai skor yang diperoleh. Rentang skala dengan rumus berikut:

$$Rs = \sum (m-1) / m = \sum (5-1) / 5 = 0,8$$

Keterangan:

Rs : Rentang Skala

m : Jumlah skala penilaian

Untuk tingkat kepuasan konsumen diberikan 5 tingkat penilaian (Skala *Likert*), yaitu:

1. Sangat Baik : bobot 5
2. Baik : bobot 4
3. Cukup Baik : bobot 3
4. Tidak Baik : bobot 2
5. Sangat Tidak Baik : bobot 1

### **Regresi Linear Sederhana dan Regresi Linear Berganda**

Analisis Regresi Linear sederhana pada kajian ini mencakup: (1) peubah produk perbankan ( $X_1$ ) terhadap peubah kepuasan nasabah ( $Y$ ), atau  $\hat{Y} = \alpha + b_1 X_1$ ; (2) peubah mutu pelayanan ( $X_2$ ) terhadap peubah kepuasan nasabah ( $Y$ ), atau  $\hat{Y} = \alpha + b_2 X_2$ ; (3) peubah kepuasan nasabah ( $Y$ ) terhadap peubah kinerja PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Jakarta Pusat

( $Z$ ), atau  $Z = \alpha + b_3 Y$ . Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara yang sama dengan persamaan regresi linear berganda ( $\hat{Y} = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$ , tetapi juga berlaku untuk pengujian secara parsial (persamaan (1) sampai dengan (3)).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

BNI berdiri sejak 1946. BNI yang dahulu dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Bank Negara Indonesia mulai mengedarkan alat pembayaran resmi pertama yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia, yakni ORI atau Oeang Republik Indonesia, pada malam menjelang tanggal 30 Oktober 1946, hanya beberapa bulan sejak pembentukannya. Hingga kini, tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Keuangan Nasional, sementara hari pendiriannya yang jatuh pada tanggal 5 Juli ditetapkan sebagai Hari Bank Nasional.

PT BNI (Persero) Tbk, KCU Jakarta Pusat membawahi 10 (sepuluh) kantor layanan (KLN Hilton; Pasar Tanah Abang Blok A; Plaza Indonesia; Plaza FX Style; Sudirman park; Pasar Tanah Abang Blok B; Wisma 46; Grand Indonesia; Tanah Abang; Pasar Tanah Abang) dan enam kantor kas (KK Thamrin City; Tanah Abang Blok A1; Tanah abang Blok A2; Tanah Abang Blok B1; Tanah Abang Blok B2; Pasar Benhil).

BNI KCU Jakarta Pusat dipimpin oleh seorang *Branch Manager* yang bertanggungjawab kepada *Area Manager*. Di bawah *Branch Manager* ada *Operational Manager*. Di setiap kantor layanan dan atau kantor kas terdiri dari pemimpin kantor layanan dan atau pemimpin kantor kas yang bertanggung jawab kepada Pemimpin Bidang Pembinaan Kantor Layanan (KLN).

### **Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas berfungsi untuk mengukur sah, atau tidaknya kuesioner. Uji ini dilakukan pada setiap butir pertanyaan yang ada pada kuesioner. Tinggi rendahnya validitas menunjukkan data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang peubah yang diteliti. Untuk mengetahui valid tidaknya pertanyaan dalam kuesioner, maka harus dibandingkan dengan  $r$  tabel.

a.  $r$  tabel pada  $\alpha$  0,05 dengan derajat bebas (db) = jumlah pertanyaan - 2, pada kasus ini jumlah pertanyaan 20, jadi db = 18.

b.  $r$  (0,05;18) pada uji eka arah = 0,378

Pengambilan keputusan:

- Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka butir tersebut valid.
- Jika  $r$  hitung negatif atau  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka butir tersebut tidak valid.

Nilai  $r$  hitung semuanya lebih dari  $r$  tabel (0,378), sehingga dapat disimpulkan bahwa ke 20 pertanyaan **sahih**.

#### Uji Reliabilitas Instrumentasi

Nilai-nilai untuk pengujian reliabilitas berasal dari skor pertanyaan yang valid Instrumen yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi, jika nilai koefisien yang diperoleh  $>$  0,60 (Ghozali, 2002). Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat *cronbach's alpha* pada kolom *reliability statistics* dan *cronbach's alpha if item deleted*. Nilai *cronbach's alpha* (0,931)  $>$   $r$  tabel (0,378). Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian lebih besar dari  $r$  tabel, berarti kuesioner reliabel untuk menjadi alat ukur dalam penelitian ini.

#### Analisis CSI

Nilai rataan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan masing-masing atribut mutu jasa digunakan untuk menghitung CSI. Berdasarkan

perhitungan yang terdapat pada Tabel 2, didapatkan CSI 0,808 yang menunjukkan pelanggan merasa puas terhadap kinerja pelayanan PT BNI KCU Jakarta Pusat, karena indeks kepuasan pelanggan berada 0,66-0,80.

#### Analisis IPA

Dari Tabel 3 diperoleh nilai rataan tingkat kinerja pelayanan 4,041 pada skala 5 dari mutu pelayanan yang mencakup lima dimensi: kehandalan (*reliability*), kerespansifan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan wujud (*tangible*) pada PT BNI KCU Jakarta Pusat adalah baik. Dari 5 (lima) dimensi tersebut dapat dinyatakan bahwa "*The instrument has been designed to be applicable across a broad spectrum of services*". Itu berarti bahwa kelima dimensi itu berlaku dalam berbagai konteks jasa lainnya (Parningotan *et al*, 2008).

Tingkat kepentingan pelayanan nasabah adalah 4,3605 (sangat penting). Secara garis besar terlihat bahwa kinerja pelayanan petugas PT BNI KCU Jakarta Pusat yang diberikan telah sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.

Tabel 2. Perhitungan CSI

Nomor Atribut	Skor rataan Tingkat Kepentingan	<i>Importance Weighting Factor</i>	<i>Importance Weighting Factor (%)</i>	Skor rataan Tingkat Kinerja	<i>Weighted Score</i>
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
1.	4,629	0,050	5,025	4,057	0,204
2.	4,657	0,051	5,056	3,686	0,186
3.	4,657	0,051	5,056	4,371	0,221
4.	4,800	0,052	5,211	3,800	0,198
5.	4,686	0,051	5,087	4,029	0,205
6.	4,571	0,050	4,963	3,914	0,194
7.	4,743	0,051	5,149	4,000	0,206
8.	4,486	0,049	4,870	3,857	0,188
9.	4,314	0,047	4,684	4,229	0,198
10.	4,314	0,047	4,684	4,086	0,191
11.	4,514	0,049	4,901	4,371	0,214
12.	4,600	0,050	4,994	4,057	0,203
13.	4,686	0,051	5,087	4,200	0,214
14.	4,771	0,052	5,180	4,143	0,215
15.	4,629	0,050	5,025	3,914	0,197
16.	4,486	0,049	4,870	3,943	0,192
17.	4,429	0,048	4,808	4,057	0,195
18.	4,714	0,051	5,118	4,057	0,208
19.	4,800	0,052	5,211	4,229	0,220
20.	4,629	0,050	5,025	3,829	0,192
Total Weighted	92,110		100,000		4,041
<i>Total Satisfaction Index</i>					0,808

Tabel 3. Tingkat penilaian kinerja dan kepentingan

Daftar Pertanyaan	Penilaian Kinerja	Penilaian Kepentingan	X	Y	Tingkat Kesesuaian	Ranking
1.	142	162	4,057	4,629	87,65	10
2.	129	163	3,686	4,657	79,14	20
3.	153	163	4,371	4,657	93,87	4
4.	133	168	3,800	4,800	79,17	19
5.	141	164	4,029	4,686	85,98	14
6.	137	160	3,914	4,571	85,63	15
7.	140	166	4,000	4,743	84,34	17
8.	135	157	3,857	4,486	85,99	13
9.	148	151	4,229	4,314	98,01	1
10.	143	151	4,086	4,314	94,70	3
11.	153	158	4,371	4,514	96,84	2
12.	142	161	4,057	4,600	88,20	7
13.	147	164	4,200	4,686	89,63	6
14.	145	167	4,143	4,771	86,83	11
15.	137	162	3,914	4,629	84,57	16
16.	138	157	3,943	4,486	87,90	9
17.	142	155	4,057	4,429	91,61	5
18.	142	165	4,057	4,714	86,06	12
19.	148	168	4,229	4,800	88,10	8
20.	134	162	3,829	4,629	82,72	18
Rataan			4,041	4,3605		

Berdasarkan tingkat kesesuaiannya, terlihat atribut layanan yang dengan nilai tingkat kesesuaian paling tinggi dan harus terus terus dipertahankan adalah (9) petugas bank melayani dengan ramah dan sopan, (11) petugas bank terdidik dan terlatih dengan baik, (10) petugas memberikan pelayanan dan informasi yang tepat tentang produk BNI dan persyaratannya, (3) keakuratan dan ketelitian petugas saat melakukan transaksi, serta (17) gedung bank memiliki penataan *interior* dan *layout* ruangan yang baik.

Atribut dengan tingkat kesesuaian paling rendah dan harus diperbaiki dan ditingkatkan, sehingga dapat memenuhi harapan nasabah, yaitu (2) sistem antrian di kantor pelayanan membuat nasabah cepat terlayani, (4) informasi yang ditawarkan lengkap dan jelas melalui brosur, leaflet dan iklan, (20) ketersediaan fasilitas parkir yang memadai, (7) petugas dapat menyelesaikan masalah perbankan dengan cepat dan tepat, dan (15) petugas bank tidak membedakan status sosial nasabah.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan umum regresi linear berganda adalah  $\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + z_n X_n$ . Pada kajian ini, Y sebagai peubah terikat  $X_1$  dan  $X_2$  sebagai peubah bebas, a adalah konstanta (*intersept*) dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing peubah bebas.

#### a. Uji F hitung

Dilihat dari hasil di atas F hitung (30,125) > F tabel (3,30), dapat dikatakan bahwa model sudah tepat dan juga nilai peluang < taraf nyata (0,000 < 0,05), maka model  $\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$  yang digunakan dapat diterima.

#### b. Uji t

Setelah menguji nyata persamaan regresi linear berganda, selanjutnya diuji apakah masing-masing peubah bebas ( $X_1 =$  produk dan  $X_2 =$  layanan) mempunyai pengaruh nyata terhadap peubah terikat (Y), dan dilakukan uji t.

$$t_{\text{tabel}} = 1,694$$

$$t_{\text{hitung}} (X_1) = 5,856$$

$$t_{\text{hitung}} (X_2) = 2,800$$

Setelah diketahui nilai t, selanjutnya dianalisis masing-masing peubah bebas terhadap peubah terikat berikut:

##### 1) Produk ( $X_1$ )

Nilai t hitung (5,856) > t tabel (1,694), maka  $H_0$  ditolak. Artinya produk perbankan berpengaruh nyata terhadap kepuasan/harapan konsumen.

##### 2) Layanan ( $X_2$ )

Nilai t hitung (2,800) > t tabel (1,694), maka  $H_0$  ditolak. Artinya layanan perbankan berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan/harapan konsumen.

## 3) Persamaan Regresi

Dari hasil perhitungan didapatkan persamaan regresi linear berganda berikut:

$$\hat{Y} = 0,923 + 0,552 X_1 + 0,214 X_2$$

Dimana:

$\hat{Y}$  = Kepuasan konsumen

$X_1$  = Produk perbankan

$X_2$  = Mutu Pelayanan

Nilai  $R^2 = 0,653$ , atau 65,3%, kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh produk perbankan dan mutu pelayanan, serta sisanya (34,7%) dijelaskan oleh hal diluar peubah yang diteliti.

## Uji Regresi Parsial

1. Produk Perbankan ( $X_1$ )

Persamaan umum regresi linear sederhana adalah  $\hat{Y} = a + b_1 X_1$ ,  $\hat{Y}$  sebagai peubah terikat.  $X_1$  sebagai peubah bebas, a adalah konstanta (*intersept*) dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing peubah bebas.

## a. Uji F hitung

Dilihat dari hasil F hitung  $> F$  tabel, maka model sudah tepat dan juga nilai peluang  $<$  taraf nyata ( $0,000 < 0,05$ ), maka model persamaan  $\hat{Y} = 1,412 + 0,642X_1$  yang digunakan dapat diterima.

Nilai  $R^2 = 0,568$  atau 56,8%, kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh produk perbankan dan sisanya (33,2%) dijelaskan oleh hal yang diluar peubah yang diteliti.

## b. Uji t

Setelah menguji nyatanya persamaan regresi linear sederhana, selanjutnya diuji apakah peubah bebas ( $X_1 =$  produk) mempunyai pengaruh nyata terhadap peubah terikat (Y), maka dilakukan uji t.

$$t \text{ tabel} = 1,692$$

$$t \text{ hitung } (X_1) = 6,589$$

Dilihat dari hasil, t hitung  $>$  t tabel, berarti  $H_0$  ditolak. Artinya produk berpengaruh nyata terhadap kepuasan/harapan konsumen.

2. Layanan ( $X_2$ )

Persamaan umum regresi linear sederhana adalah  $\hat{Y} = a + b_2 X_2$ ,  $\hat{Y}$  sebagai peubah terikat.  $X_2$  sebagai peubah bebas, a adalah konstanta (*intersept*) dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing peubah bebas.

## a. Uji F hitung

Dilihat dari hasil tersebut F hitung  $>$  F tabel, maka model sudah tepat dan juga nilai peluang  $<$  taraf nyata ( $0,001 < 0,05$ ), maka model persamaan  $\hat{Y} = 2,436 + 0,366 X_2$  dapat diterima.

Nilai  $R^2 = 0,281$ , atau 28,1%, kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh mutu pelayanan dan sisanya (71,9%) dijelaskan oleh hal yang diluar peubah yang diteliti.

## b. Uji t

Setelah menguji nyatanya persamaan regresi linear sederhana, selanjutnya diuji apakah peubah bebas ( $X_2 =$  layanan) mempunyai pengaruh nyata terhadap peubah terikat (Y), maka dilakukan uji t.

$$t \text{ tabel} = 1,692$$

$$t \text{ hitung } (X_2) = 3,594$$

Dilihat dari hasil, t hitung  $>$  t tabel, berarti  $H_0$  ditolak. Artinya produk berpengaruh nyata terhadap kepuasan/harapan konsumen.

## 3. Kepuasan Nasabah (Y)

Persamaan umum uji parsial adalah  $Z = a + b_3 Y$ . Pada kajian ini, Z merupakan peubah terikat, Y sebagai peubah bebas, a adalah konstanta (*intersept*) dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing peubah bebas.

Tabel 8. Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.923	.381		2.422	.021
Produk Perbankan	.552	.094	.648	5.856	.000
Mutu Layanan	.214	.076	.310	2.800	.009

<sup>a</sup> Dependent Variable: Kepuasan

## a. Uji F hitung

Dilihat dari hasil tersebut F hitung > F table, maka model sudah tepat dan juga nilai peluang < taraf nyata ( $0,001 < 0,05$ ), sehingga model persamaan  $Z = -0,230 + 1,042Y$  dapat diterima.

Nilai  $R^2 = 0,7400$ , atau 74,00%, Kinerja PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Jakarta Pusat dapat dijelaskan oleh kepuasan nasabah dan sisanya (26%) dijelaskan oleh hal yang diluar peubah yang diteliti.

## b. Uji t

Setelah menguji nyatanya persamaan regresi, selanjutnya perlu diuji apakah peubah bebas ( $Y =$  kepuasan) mempunyai pengaruh nyata terhadap peubah terikat ( $Z$ ), untuk itu dilakukan uji t.

t tabel	= 1,692
t hitung	= 9,688

Dilihat dari hasil, t hitung > t tabel, berarti  $H_0$  ditolak. Artinya kepuasan nasabah berpengaruh nyata terhadap kinerja PT BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jakarta Pusat.

### Implikasi Hasil Kajian

Dari hasil kajian dengan analisis CSI, IPA dan regresi linear berganda maupun parsial terdapat kaitan dari hasil analisis, yaitu nasabah PT BNI KCU Jakarta Pusat telah merasa puas dengan pelayanan yang diterima, namun ada beberapa atribut yang harus dipertahankan, baik yang ditingkatkan maupun diperbaiki. Sebagai ilustrasi pada analisis CSI dan IPA, atribut (4) informasi yang ditawarkan lengkap dan jelas melalui brosur, leaflet dan iklan. Pada analisis CSI, nampak bahwa atribut ini memiliki tingkat kepentingan cukup tinggi, namun pelayanan yang diterima dirasa masih cukup rendah, sedang pada analisis IPA, tingkat kesesuaian atribut ini berada pada peringkat ke 19. Pada diagram Kartesius, atribut ini juga berada pada kuadran I, yaitu prioritas utama untuk diperbaiki. Akhirnya dengan analisis berganda ditegaskan faktor yang dominan dalam peningkatan kinerja PT BNI KCU Jakarta Pusat adalah produk perbankan secara langsung dan kepuasan nasabah secara tidak langsung.

Kinerja PT BNI KCU Jakarta Pusat adalah keberhasilan petugas secara menyeluruh dalam melaksanakan kegiatan perbankan sehari-hari,

terutama dalam melayani nasabah. Kecakapan dan keterampilan petugas sangat diperlukan, sehingga tujuan dari pelayanan kepada nasabah dapat tercapai dengan baik. Kinerja pegawai di PT BNI KCU Jakarta Pusat ditunjukkan oleh komitmen pihak manajemen dan para pegawai yang tulus melayani, penguasaan dan pemahaman *product knowledge* perbankan. Sriwidodo dan Indriastuti (2010) menjelaskan bahwa sebelum memuaskan pelanggan eksternal (nasabah), maka kepuasan pelanggan internal (karyawan) harus tercapai lebih dahulu, karena dengan memuaskan pelanggan internal sangat memungkinkan memberikan pelayanan nasabah yang konsisten dan bermutu tinggi.

Pihak Manajemen PT BNI KCU Jakarta Pusat harus dapat mengawasi bawahan/petugas layanan, mampu memberikan penghargaan terhadap hasil yang dilakukan pegawai dan memberikan teguran terhadap hasil yang kurang baik, mampu menjadi panutan bagi para pegawai di bawahnya, selalu memberi motivasi positif kepada pegawai dan mampu berinteraksi dengan baik tanpa adanya jarak, melakukan bimbingan kepada pegawai, selalu mengembangkan kemampuan dibidang perbankan, mampu mengelola aset perbankan dengan baik dan sadar akan tanggungjawabnya sebagai pimpinan dan mempunyai sumbangan pikiran untuk mengembangkan perusahaan yang dipimpinya. Daya saing strategik dan dan profitabilitas yang tinggi dapat dicapai apabila tindakan bank selalu berfokus pada pelanggan, sehingga akan memberikan dampak yang besar pada kinerja bank (Suryaniadi, Kencanawati dan Sitawati, 2012).

Implikasi hasil kajian pada produk perbankan dan mutu pelayanan adalah yang berpengaruh pada kepuasan nasabah dan memiliki implikasi terhadap kinerja PT BNI KCU Jakarta Pusat, yaitu:

## a. Peningkatan mutu produk perbankan

Mutu produk perbankan perlu ditingkatkan dan berorientasi pada kebutuhan dan kondisi pasar. Perbaikan mutu produk harus memperhatikan kepentingan dan keinginan nasabah. Langkah perbaikannya adalah:

- 1) Mengetahui dan memahami kebutuhan nasabah akan produk perbankan seperti Tabungan, Giro, deposito dan produk tabungan lainnya
- 2) Melakukan *benchmarking* ke bank pesaing, seperti Bank mandiri dan BCA, dimana nasabah bank tersebut sangat loyal dengan produk perbankannya.

b. Peningkatan pelayanan di bidang jasa perbankan

Pelayanan di bidang jasa perbankan juga perlu ditingkatkan, diantaranya:

- 1) Meningkatkan mutu Sumber Daya Manusia (SDM), karena SDM merupakan modal utama dalam peningkatan pelayanan perbankan. Peningkatan mutu SDM dapat dilakukan dengan melakukan pelatihan-pelatihan, kursus-kursus, seminar dan kegiatan pelatihan lainnya yang berkaitan dengan perbankan secara berkala. Pelatihan SDM perbankan sudah saatnya ditingkatkan untuk mewujudkan sistem perbankan yang benar (Asnaini, 2008).
- 2) Meningkatkan jiwa layanan yang harus dimiliki oleh semua petugas Bank, mulai dari petugas *front liners* sampai dengan petugas *back office* dan dari pelayan sampai dengan tingkat pimpinan, sehingga layanan yang dirasakan oleh nasabah adalah sama dari yang di depan sampai dengan petugas dibelakang. Pemberian layanan seketika pada waktu diminta nasabah sangat penting, karena nasabah sangat menginginkan karyawan yang peka dan tanggap pada saat nasabah membutuhkan bantuan (Limbong, Hubeis dan Syamsun 2010).
- 3) Meningkatkan teknologi perbankan yang akan memudahkan nasabah untuk bertransaksi di manapun berada melalui *e-banking*, seperti *short message services (sms) banking*, *internet banking* dan *mobile banking*. Melalui teknologi ini dapat ditingkatkan transaksi jasa perbankan dimana dan kapan saja, sehingga membuat nasabah semakin merasa terbantu, atau mendapatkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi.
- 4) Menanggapi semua keluhan dan saran dari nasabah pada kesempatan pertama dan selanjutnya ditentukan prioritas penanganannya. Dalam hal ini, perusahaan menyadari pentingnya mutu pelayanan dalam aktivitas penjualan produk-produk dan jasa yang ditawarkan. Banyak sekali pelayanan yang kurang memuaskan yang diakibatkan karena kurangnya saran-saran dari nasabah. Hal ini mengakibatkan perusahaan akan kehilangan nasabahnya (Windarti, 2012).

## KESIMPULAN

Perhitungan CSI untuk atribut mutu jasa PT BNI KCU Jakarta Pusat menunjukkan pelanggan merasa puas terhadap kinerja pelayanan PT BNI KCU Jakarta Pusat.

Dari hasil analisis IPA didapatkan bahwa faktor-faktor yang perlu diperbaiki oleh PT BNI KCU Jakarta Pusat adalah keakuratan dan ketelitian petugas *front liner* pada saat melakukan transaksi, sistem antrian membuat nasabah cepat terlayani, kemampuan petugas *front liner* dalam menguasai produk perbankan, petugas bersikap proaktif dalam memberikan saran dan solusi kepada nasabah, petugas *customer service* selalu dapat menyelesaikan masalah perbankan dengan cepat dan tepat, petugas dapat memberikan rasa aman dan membangun kepercayaan kepada nasabah, sarana dan prasarana yang digunakan untuk pelayanan sudah memadai, pengisian dan penggunaan slip formulir perbankan mudah dimengerti dan ketersediaan fasilitas parkir yang memadai. Faktor-faktor yang perlu dipertahankan adalah prosedur pelayanan petugas *front liner* yang cepat dan mudah, keberadaan petugas *front liner* membuat lebih mudah nasabah mendapatkan informasi yang dibutuhkan, kebersihan dan kerapihan penampilan petugas, petugas memberikan pelayanan maksimal kepada nasabah tanpa memandang status sosial, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan *banking hall*, penataan *interior* dan *layout* ruangan yang menarik, keberadaan ATM yang banyak dan mudah ditemukan, slip formulir informasi perbankan selalu tersedia dan mudah di dapat (iklan dan pamflet), serta kemudahan mencapai lokasi.

Terdapat pengaruh nyata produk perbankan dan mutu pelayanan secara bersama-sama terhadap nasabah pelanggan yang berimplikasi pada kinerja PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jakarta Pusat, disamping secara parsial produk perbankan berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah, dan juga, mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Asnaini. 2008. *Pengembangan Mutu SDM Perbankan Syariah: Sebagai Upaya Pengembangan*



- bangun Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*. 2 (1): 35-49.
- Ghozali, I. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hubeis, M. 1997. *Menuju Industri Profesional di Era Globalisasi melalui Pemberdayaan Manajemen Industri*. Makalah Orasi Ilmiah Guru Besar. Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Limbong, L.O., M. Hubeis dan M. Syamsun. 2010. Pengaruh Mutu Pelayanan dan Kinerja Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Danamon Cabang Bogor. *Jurnal Manajemen IKM*, 5 (2): 166-174.
- Listyari, N.P.W. 2006. *Analisis Keputusan Pembeli dan Kepuasan Konsumen Coffee Shop De Koffie Pot, Bogor*. Skripsi Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Parningotan, F.S., L.R. Aritonang dan N.L.T. Hutagalung. 2008. *Dimensi-Dimensi Kualitas Jasa Perbankan di Indonesia*. *Finance and Banking Journal*. 10 (2): 108-122.
- Priyatno, D. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Mediakom, Jakarta.
- Sriwidodo, U dan R.T. Indriastuti. 2010. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10 (2): 164-173.
- Suryaniadi, S.M., A.A.A.M. Kencanawati dan A.A.R. Sitawati. 2012. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT (BPR) Cahaya Bina Putra Kerobokan Badung. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 8 (2): 117-126.
- Windarti, G.A.O. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama (KCU) Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 2 (1): 1-20.