

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS DI PT BANK MANDIRI JAKARTA)”.

Nurdina, Dias Gustira

STIE Unisadhuguna Jakarta, Indonesia

Nurdina @ubs-usg.ac.id, diasgustiraaa@yahoo.com

Abstrak

Pendahuluan: Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya yaitu menghimpun dana dari masyarakat, dan menyalurkan dana kepada masyarakat, dan melakukan jasa-jasa lain dibidang perbankan atau dengan kata lain bank sebagai lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*), yaitu perantara antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak-pihak yang membutuhkan dana.

Tujuan: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Kelapa Gading Jakarta Utara.

Metode: Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data primer, yaitu memperoleh informasi langsung dari responden melalui kuesioner dan melalui wawancara dengan PT Bank Mandiri Tbk Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Hasil: Hasil penelitian ini adalah kualitas layanan dan kualitas produk secara bersamaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan hasil tes F dan sebagian ditunjukkan dari tes t.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

Introduction: Banks are known as financial institutions whose main activities are collecting funds from the public, and channeling funds to the public, and performing other services in the banking sector or in other words, banks are institutions that act as financial intermediaries, namely intermediaries between parties who have excess funds with parties who need funds.

Objective: The purpose of this study was to determine the effect of service quality and product quality on customer satisfaction at PT Bank Mandiri Tbk Kelapa Gading, North Jakarta.

Methods: The research method used is descriptive quantitative method with primary data collection techniques, namely obtaining information directly from respondents through questionnaires and through interviews with PT Bank Mandiri Tbk Kelapa Gading, North Jakarta.

Results: The results of this study are that service quality and product quality simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction based on the results of the F test and partly shown from the t test.

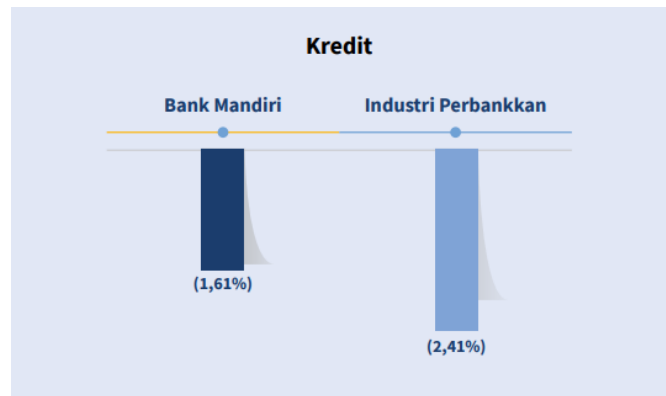
Key words : Service Quality, Product Quality, and Customer Satisfaction

Pendahuluan

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya yaitu menghimpun dana dari masyarakat, dan menyalurkan dana kepada masyarakat, dan melakukan jasa-jasa lain dibidang perbankan atau dengan kata lain bank sebagai lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*), yaitu perantara antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak-pihak yang membutuhkan dana (Umam, 2019). Karena itu bank harus dapat menjaga kepercayaan masyarakat dengan menjamin tingkat likuiditas juga beroperasi memberikan layanan secara efektif dan efisien untuk menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi (Wulandari, 2015) (Danupranata, 2013). Menurut (Sutan Remy Sjahdeini, 2018) Sesuai dengan aktivitas utamanya, bank memiliki beberapa produk yakni,

1. Produk Simpanan yang terdiri dari tabungan, deposito, giro
2. Produk Pinjaman yang terdiri dari Kredit, Kartu Kredit
3. Jasa Lainnya yang terdiri dari Transaksi Valuta Asing dan Surat Berharga, Layanan Keagenan, Remittance, Trade Service, Cash Management, Bank Garansi, E-Channel, dan Bankassurance.

Sampai saat ini metode konvensional perbankan yang sudah diterapkan adalah nasabah datang ke bank untuk melakukan transaksi-transaksi (Asiyah & Wahyudi, 2014). Baik itu transfer antar rekening atau berupa transaksi lainnya. Dengan metode seperti ini dirasakan kurang efisien karena waktu yang tersita cukup banyak, untuk mengisi formulir, mengantri, dan Teller pun menghabiskan banyak waktu untuk mengecek dan memastikan nomor rekening yang ada benar atau tidak (Al Arif, 2021). Dengan alasan itulah maka bank menawarkan layanan yang diharapkan dapat mengurangi kerumitan atau ketidakpraktisan metode manual yang sudah lama diterapkan (Hadi, 2011). Bank sangat berkepentingan dengan nasabah baik debitur maupun kreditur. Oleh karena itu kepuasan nasabah menjadi hal yang sangat penting dalam rangka memperoleh kepercayaan, komitmen dan loyalitas dari nasabah (Raharja & Khasanah, 2015). Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional atau kognitif pelanggan terkait dengan harapan tentang produk yang dikonsumsi, respon ini muncul setelah pelanggan menggunakan produk atau jasanya (Wulandari, 2015). Selain kualitas layanan yang efektif & efisien, kualitas produk juga menjadi faktor yang penting karena produk dengan berbagai fitur memiliki daya tahan lama, kegunaan sesuai dengan keinginan dan jaminan bila ada kesalahan yang merupakan hal dasar yang dapat dipegang nasabah (Dewi & Sudiarta, 2018). Bank Mandiri merupakan salah satu bank BUMN mulai pelaksanaan *Open Banking* dalam memperluas akses nasabah terhadap produk Bank, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk (Indrika Reski Amalia, 2019). Telah menerapkan strategi Leverage Digital Ecosystem melalui kerjasama dengan Fintech maupun e-Commerce. Inisiatif yang dilakukan antara lain dengan mengembangkan Digital Acquisition, Digital Payment, dan Digital Financing. Pertumbuhan kredit Bank Mandiri pada kuartal IV 2020 secara konsolidasi mengalami penurunan sebesar 1,61% (YoY) lebih baik jika dibandingkan dengan penurunan kredit industri yang mencapai 2,41% (YoY) seperti disajikan pada gambar dibawah ini.

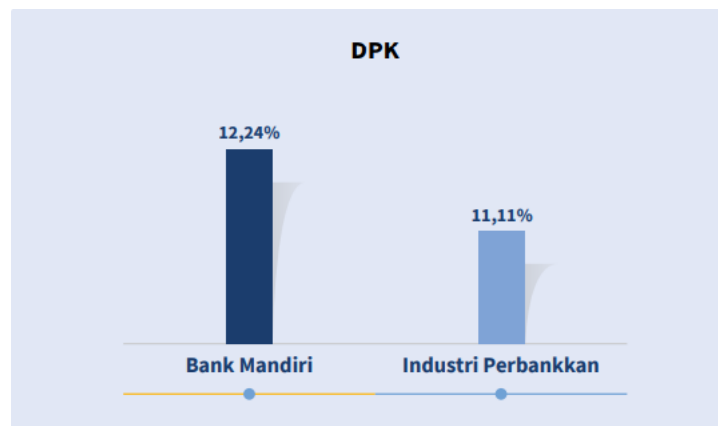


Gambar 1.

Pertumbuhan Kredit Bank Mandiri tahun 2020

Sumber : Laporan Tahunan 2020, Bank Mandiri

Total kredit yang disalurkan Bank Mandiri secara konsolidasi sampai dengan kuartal IV 2020 mencapai Rp 892,8 triliun atau 16,3% dari total penyaluran kredit perbankan di Indonesia. Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) perseroan secara konsolidasi per pada kuartal IV 2020 tumbuh sebesar 12,24% (YoY) di atas pertumbuhan DPK secara industri perbankan yang tumbuh sebesar 11,11% (YoY) seperti pada gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2

Dana Pihak ke 3 Bank Mandiri tahun 2020

Sumber : Laporan Tahunan 2020, Bank Mandiri

Hal ini didorong oleh pertumbuhan dana murah yang mencapai 14,49% (YoY) yang mana lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan dana murah secara perbankan nasional sebesar 13,18% (YoY). Sementara itu, Bank Mandiri terus meningkatkan efisiensi dan menjaga produktivitas selama masa Pandemi COVID-19. Pada kuartal IV 2020, Bank Mandiri mampu menekan biaya operasional sehingga tumbuh low single digit sebesar 1,42% secara tahunan, dibawah Biaya Operasional secara industri perbankan yang tumbuh double digit sebesar 23,72% YoY. Namun demikian hingga

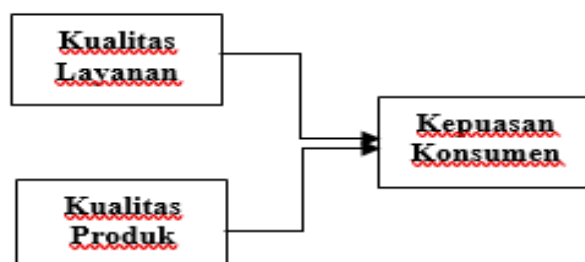
akhir tahun 2020, Bank Mandiri menerima pengaduan nasabah sebanyak 692.998 pengaduan, naik dibandingkan tahun sebelumnya, dengan pengaduan sebanyak 588.913. Pengaduan terbesar sejak tahun 2015 hingga tahun 2020 adalah akibat kegagalan/keterlambatan transaksi sebesar 90% dari total pengaduan diikuti dengan jumlah tagihan/salo rekening. Peningkatan terjadi seiring dengan penambahan fitur transaksi yang diberikan kepada nasabah di 2020, di antaranya:

1. Top-Up eMoney via Mandiri Online (Android maupun iOS)
2. QRIS Payment
3. Mandiri Direct Debit/transaksi e-Commerce

Sementara itu, outstanding pengaduan (pengaduan sedang dalam proses penyelesaian) berjumlah 9.210 merupakan pengaduan yang ter-create di tahun 2020 dan masih dalam SLA penyelesaian pengaduan. Sedangkan pengaduan sebelum tahun 2020 sudah berhasil diselesaikan. Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas diperoleh rumusan penelitian sbb:

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta.
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta.
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta.

Rumusan penelitian diatas ditujukan untuk mendapatkan *state of the art* bahwa perbankan merupakan perusahaan jasa yang juga memerlukan layanan prima 4.0 untuk menjadi *modern digital bank* yang terbaik dalam melayani kebutuhan nasabah Bank Mandiri secara digital. Sesuai dengan penjelasan diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sbb :



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

Perubahan lingkungan ekonomi & bisnis yang cepat dan persaingan yang semakin ketat serta perubahan perilaku konsumen pada masa pandemic covid-19 dan berkembangnya teknologi komunikasi tidak jelas (*ambiguity*) telah menyebabkan situasi yang mengambang (*volatile*), ketidakpastian (*uncertainty*), dan kompleks (*complex*). Pada situasi ini diduga kualitas layanan dan kualitas produk Bank Mandiri memiliki pengaruh yang kuat dalam mempertahankan kepuasan konsumen dimana

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif (Sugiyono, 2017). Metode kuantitatif adalah ilmu yang berkaitan dengan tata cara (metode) pengumpulan data, analisa data dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Penelitian ini akan melakukan survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data dan hasil tersebut akan diolah dengan menggunakan software IBM SPSS 24. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dijadi-kandasar dalam meneliti hubungan variable bebas & terikat. Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik Purposive Random Sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner terhadap 300 responden secara cross section dengan mengukur setiap variable penelitian menggunakan indicator skala Ordinal dengan jawaban responden menggunakan skala likert agar dapat diukur pengaruh antara variable bebas dan tidak bebas menggunakan regresi dan korelasi serta uji validitas data. Sample yang diambil menggunakan tabel Krejcie dan Morgan (1970) atas pupolasi (N) 10.000 maka di dapat sample sebanyak (S) = 376 sampel, namun pada penelitian ini digunakan sebanyak 300 nasabah untuk mengkonfirmasi rumusan penelitian ini. Analisa data hasil penelitian menggunakan regresi linier berganda (Krejcie & Morgan, 1970).

Hasil dan Pembahasan

Untuk mengetahui validitas setiap indicator atas variable kulaitas layanan (X1), maka dilkukan uji validitas dengan hasil sbb :

Tabel 1 Uji Validitas Inikator Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Pernyataan	Kualitas Pelayanan (X ₁)		
	R-hitung	r-tabel n = 300	Keterangan
1	0.747	0.1638	VALID
2	0.760	0.1638	VALID
3	0.695	0.1638	VALID
4	0.720	0.1638	VALID
5	0.751	0.1638	VALID

Sumber : Data Primer, diolah kembali, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada Variabel Kualitas Pelayanan (X1) seluruh instrumen dapat dikatakan Valid, karena

nilai rhitung yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai rtabel yang ada untuk N = 300 (Seratus) yaitu 0,1638. Hal ini sesuai dengan pendapat (CHAERUDIN & DINA, 2019) bahwa terdapat 5 indikator pelayanan prima yakni, realibitas, responsive, kepastian, empati & tangible yang mana sesuai dengan kualitas layanan prima diperbankan khusus nya pada layanan digital. Selanjutnya perlu pula dilakukan uji validitas indicator variable kualitas produk dengan hasil sbb :

Tabel 2 Uji Validitas Indikator Variabel Kualitas Produk (X2)

Pernyataan	Kualitas Produk (X2)		
	R-hitung	r-tabel n = 300	Keterangan
1	0.748	0.1638	VALID
2	0.791	0.1638	VALID
3	0.776	0.1638	VALID
4	0.771	0.1638	VALID
5	0.695	0.1638	VALID

Sumber : Data Primer, diolah kembali, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada Variabel Kualitas Produk (X2) seluruh indikator dapat dikatakan Valid, karena nilai r-hitung yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r-tabel yang ada. Selanjutnya perlu dilakukan uji validitas indicator kepuasan konsumen dengan hasil sbb:

Tabel 3

Uji Validitas Indikator Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	Kualitas Produk (X2)		
	R-hitung	r-tabel n = 300	Keterangan
1	0.701	0.1638	VALID
2	0.813	0.1638	VALID
3	0.834	0.1638	VALID
4	0.752	0.1638	VALID
5	0.823	0.1638	VALID

Sumber : Data Primer, diolah kembali, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada Variabel Kepuasan Nasabah (Y) seluruh instrumen dapat dikatakan Valid, karena nilai r-hitung yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r-tabel yang ada. Untuk melakukan analisa regresi hubungan antar variabel Kualitas Layanan dan Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen bank maka dilakukan perhitungan regresi linier berganda menggunakan SPSS ver 22 yang dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 4. Analisa Regresi Kualitas Layanan, Kualitas Produk & Kepuasan
Konsumen Bank Mandiri Jakarta tahun 2020.

Model	Standardiz ed Coefficient s			T	Sig.
	Unstandardized		Beta		
	Coefficients				
	B	Std. Error			
(Constant)	.995	1.231		.808	.421
X1	.399	.094	.366	4.259	.000
X2	.547	.088	.533	6.200	.000

Sumber : Data Primer, diolah kembali, 2021

Untuk menentukan nilai persamaan Regresi Linier Berganda adalah sebagai berikut: $Y = 0,995 + 0,399 (X_1) + 0,547 (X_2)$

+ ε , dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Nilai konstanta intersep sebesar 0,995 menyatakan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_1), variabel Kualitas Produk (X_2) tetap (tidak mengalami perubahan) maka nilai variabel Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 0,995.
2. Nilai Koefisien Regresi variable Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 0,399. Hal ini berarti jika variabel Kualitas Pelayanan (X_1) naik 1 satuan akan meningkatkan variabel Kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,399 dengan asumsi variabel Kualitas Produk (X_2) dan konstanta dianggap konstan. Kualitas Pelayanan merupakan faktor penting bagi nasabah dan Kualitas Produk dikatakan dapat berjalan dengan baik apabila akurat, relevan dan tepat waktu. Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik dapat meningkatkan kepuasan bagi nasabah.
3. Nilai Koefisien Regresi variabel Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 0,547. Hal ini berarti jika variabel Kualitas Produk (X_2) naik 1 satuan akan meningkatkan variabel Kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,547, dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dianggap konsta.

Dalam hal menguji hipotesa penelitian diatas maka dilakukan uji t dengan hasil uji hubungan signifikansi antara variable kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan hubungan antara varibel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada table dibawah :

Tabel 5. Uji hipotesa secara parsial

Model	Standardized Coefficients			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.995	1.231		.808	.421

¹ X1	.399	.094	.366	4.259	.000
X2	.547	.088	.533	6.200	.000

Sumber : Data Primer, diolah kembali, 2021

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui t hitung > t tabel (4,259 > 2,62747) dengan nilai signifikan dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

b. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui t hitung > t tabel (6,200 > 2,62747) dengan nilai signifikan dari variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Berikutnya perlu dilakukan uji signifikansi hubungan simultan antara variable bebas X1, X2 terhadap Y dengan menggunakan uji F sbb:

Tabel 6. Uji F variable X1, X2 terhadap Y secara simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	571.002	2	285.501	127.792	.000 ^b
¹ Residual	216.708	97	2.234		
Total	787.710	99			

Sumber : Data Primer, diolah kembali, 2021

Dari hasil perhitungan Uji F pada tabel diatas dapat diketahui F hitung > F tabel (127,792 > 3,94) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan nasabah (Y). Untuk mendapatkan nilai besarnya hubungan antara variable kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, maka dilakukan analisa koefiesn determinasi sbb :

Tabel 7 . Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Layanan, Kualitas Produk & Kepuasan Konsumen Bank Mandiri Jakarta, tahun 2020

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus di PT Bank Mandiri Jakarta)”.

1	.851 ²	.725	.719	1.495
---	-------------------	------	------	-------

Sumber : Data Primer, diolah kembali, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan nilai R Square atau R² sebesar 0,725 hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah (Y) dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) sebesar 0,725 atau 72,5% sehingga sebesar 27,5% (100% – 72,5%) ditentukan variabel lain atau diluar dari penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data yang dibuat maka diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta. Secara bersama-sama (simultan) Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. (2021). *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*.
- Asiyah, Siti, & Wahyudi, Sugeng. (2014). Analisis Perbandingan Efisiensi Antara Perbankan Syariah Dan Perbankan Konvensional Dengan Metode Data Envelopment Analysis (Dea). *Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*, 3, 1–10.
- Chaerudin, iman, & dina, N. U. R. (2019). *Pelayanan prima 4.0 pada terminal bandara*.
- Danupranata, Gita. (2013). Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah. *Salemba Empat*.
- Dewi, Cokorda Istri Agung Krisna, & Sudiarta, I. Gede Merta. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8).
- Hadi, Syamsul. (2011). *Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking*.
- Indonesia, Ikatan Bankir. (2014). *Memahami bisnis bank syariah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Indrika reski amalia, indrika. (2019). *Optimalisasi produk bank syariah dalam menghadapi digital banking (studi kasus bank syariah mandiri kota palopo)*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Krejcie, Robert V, & Morgan, Daryle W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Raharja, Aryawan Tri, & Khasanah, Imroatul. (2015). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada nasabah PT. Prudential Life Assurance Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 240–251.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Sutan Remy Sjahdeini, S. H. (2018). *Perbankan Syariah: Produk-produk dan aspek-aspek hukumnya*. Kencana.
- Umam, Khaerul. (2019). *Manajemen Perbankan Syariah*.
- Wulandari, Astri. (2015). Analisis Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Tentang Pelayanan Prima (Service Excellence)(Survei Terhadap Nasabah Bank Mandiri Kantor Kas Universitas Telkom). *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 3(1), 285–291.