

Tanggal Ujian : 26 Juli 2019

Tanggal Revisi: 27 Juli 2019

Disetujui: 1 Agustus 2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk.
CABANG BALIKPAPAN**

Melika Susanti^{*1}, Prihatiningsih², Aditya Achmad Rakim³

¹Mahasiswa Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang

²Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang

³Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Balikpapan

Melika27.ms@gmail.com

ABSTRACT

Currently the banking competition is getting tighter in Indonesia, therefore every bank needs to have a strategy to get and retained customers by making their customers satisfied with every service, product and price offered. The purpose of this study is to find out whether there is an influence between service quality, product quality and price when viewed simultaneously and partially. This research method uses a questionnaire in collecting data. The analysis of this study was conducted using SPSS 20 computer program software with 100 respondents. The results of this study indicate that simultaneously service quality, product quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction. Partially service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The driving factor of customer satisfaction for the services provided is the appearance of a neat employee and comfortable and complete facilities. Product quality also affects customer satisfaction partially, whereas core products accompanied by complete and easy to operate features can be a driving factor for customer satisfaction. As well as prices also affect customer satisfaction partially. The factor that motivates customers is satisfaction with the prices set by banks, namely competitive interest rates with complete facilities and low administrative costs and the other costs.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Dewasa ini semakin sempit persaingan perbankan yang ada di Indonesia, maka dari itu setiap perbankan perlu mempunyai strategi untuk memperoleh sekaligus mempertahankan nasabah dengan membuat nasabahnya merasa puas atas setiap pelayanan, produk serta harga yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana arah pengaruh dari kualitas pelayanan, kualitas produk serta harga jika dilihat secara simultan maupun secara parsial. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara langsung dan dalam bentuk *google form*. Analisis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak program komputer SPSS 20 dengan jumlah 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas layanan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Faktor pendorong kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan yaitu penampilan karyawan yang rapi serta fasilitas yang nyaman dan lengkap. Kualitas produk juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial, bahwasannya produk inti yang diiringi dengan fitur yang lengkap dan mudah dioperasikan dapat menjadi faktor pendorong kepuasan nasabah. Serta harga juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial, faktor yang menjadi pendorong nasabah puas akan harga yang ditetapkan oleh perbankan yakni suku bunga kompetitif dengan fasilitas yang lengkap serta biaya administrasi dan biaya-biaya lainnya yang rendah.

Kata kunci : blended , mobile , web based learning (minimal 3 maksimal 5 kata kunci)

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Bank merupakan suatu badan usaha yang kegiatan utamanya menerima simpanan dari masyarakat kemudian mengalokasikannya kembali untuk memperoleh keuntungan serta menyediakan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran (Rivai *et al*, 2012:1). Penjelasan dari Rivai dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan utama bank menerima simpanan dan kemudian mengalokasikannya kembali. Bank disebut sebagai fungsi *intermediary* (perantara) keuangan antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana (Kasmir, 2012:5). Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan, saat ini jumlah perbankan di Indonesia sebanyak 115 Bank umum dan BPR sebanyak 1.598 kantor, dilihat dari jumlah tersebut persaingan bank untuk mendapatkan nasabah cukuplah tinggi, untuk itu setiap perbankan di Indonesia harus memerhatikan kegiatan operasionalnya, salah satunya dalam pemberian jasa. Kondisi yang semakin kompetitif memaksa bank untuk tidak hanya mencari nasabah baru namun juga mempertahankan dan mengembangkan nasabah yang sudah dimiliki saat ini (Markplus Co dalam Korn, 2013).

Banyaknya nasabah merupakan *point plus* yang didapatkan oleh bank namun tidak semua nasabah merasa puas terhadap kinerja bank tersebut, ada beberapa nasabah yang mengutarakan keluhannya terkait dengan kinerja bank. Seperti halnya yang dikutip dari lapor.go.id nasabah atas nama Dian Puspita Rahmawati menyampaikan keluhannya terkait transaksinya yang mentransfer sejumlah uang ke rekening bank BRI via *online* bank Mandiri pada tanggal 2 April 2018, transaksi tersebut telah dinyatakan berhasil dan nomor referensi serta bukti transfer juga terlampir namun setelah di cek pada rekening bank BRI, uang tersebut tak kunjung masuk sehingga ia menghubungi *call center* bank Mandiri. Berdasarkan pra survey yang dilakukan terhadap nasabah bank Mandiri Cabang Balikpapan, beberapa nasabah mengeluhkan mengenai antrian yang terlalu lama di *counter customer service* dan *teller*, dan kartu ATM yang mudah rusak.

Berbagai penelitian terdahulu telah melakukan penelitian mengenai kepuasan nasabah, seperti penelitian Sembiring (2014) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial. Hal ini didukung oleh penelitian Burhanudin (2018) yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah baik secara keseluruhan maupun parsial, hal ini bertentangan dengan Peneliti dari Santoso (2012) yang menyimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan secara parsial harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tetapi variabel kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan disebabkan adanya pengaruh kemampuan karyawan yang rendah dalam memenuhi harapan pelanggan

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu adanya keluhan nasabah dan perbedaan hasil peneliti terdahulu terkait kualitas pelayanan. Berdasarkan masalah tersebut dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana arah pengaruh dan signifikansi kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan nasabah?
- 2) Bagaimana arah pengaruh dan signifikansi kualitas pelayanan, secara parsial terhadap kepuasan nasabah?

- 3) Bagaimana arah pengaruh dan signifikansi kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan nasabah?
- 4) Bagaimana arah pengaruh dan signifikansi harga secara parsial terhadap kepuasan nasabah?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan yang dipaparkan dalam rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menguji serta menganalisis arah pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Balikpapan
- 2) Menguji serta menganalisis arah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Balikpapan.
- 3) Menguji serta menganalisis arah pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Balikpapan.
- 4) Menguji serta menganalisis arah pengaruh Harga terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Balikpapan.

1.4. Penelitian Terdahulu

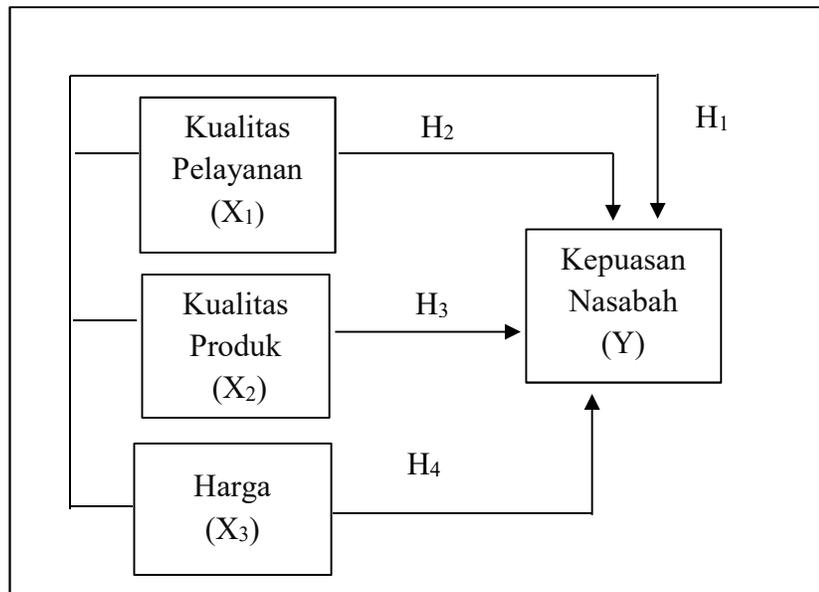
penelitian Sembiring (2014) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial. Hal ini didukung oleh penelitian Burhanudin (2018) yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah baik secara keseluruhan maupun parsial,

hal ini bertentangan dengan Peneliti dari Santoso (2012) yang menyimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan secara parsial harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tetapi variabel kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan disebabkan adanya pengaruh kemampuan karyawan yang rendah dalam memenuhi harapan pelanggan.

Perbedaan juga terjadi pada Peneliti dari Roisah (2013) yang menyebutkan bahwa produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sedangkan secara parsial, variabel produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan variabel harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, sebab faktor harga kurang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sehingga puasanya nasabah belum tentu dikarenakan harga yang ditawarkan terjangkau. Penelitian dari Rosita (2015) menyimpulkan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI, BRI, Bank Mandiri dan BCA di Bekasi.

1.5. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini penulis akan meneliti dengan memfokuskan pada faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, diantaranya yaitu Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah Penulis

1.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁: Diduga kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah
- H₂: Diduga kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
- H₃: Diduga kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
- H₄: Diduga harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

2. Metodologi

2.1. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data

Metode yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *close question* dan *open question* dan observasi yang dilakukan pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Balikpapan, dengan populasi seluruh nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Balikpapan. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan ketentuan responden merupakan nasabah tabungan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Balikpapan dan telah melakukan transaksi selama 3 kali. Data yang digunakan penelitian ini adalah data primer dan sekunder

2.2. Metode Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik dan uji hipotesis sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016:53)

2. Uji Reliabilitas
Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016:47).
3. Uji Normalitas
Menurut Ghozali (2016:30) Uji Normalitas bertujuan untuk melihat normalitas residual yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal
4. Uji Asumsi Klasik
Model regresi yang diperoleh dengan memberikan hasil yang baik, maka model tersebut perlu diuji dengan menggunakan asumsi dasar klasik. Model regresi dikatakan baik apabila terdistribusi normal serta tidak terdapat gejala multikolinieritas, heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:101). Uji ini terdiri dari:
 - a) Uji Heterokedasitas
Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, namun jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedasitas (Ghozali, 2016:134).
 - b) Uji Multikolinieritas
Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016:103).
5. Analisis Regresi Linier Berganda
Menurut Ghozali (2018:95) analisis regresi linier berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui
6. Uji Pengaruh Simultan (F)
Ghozali (2018:98) menjelaskan bahwa uji F ini dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang di observasi maupun di estimasi, apakah variabel Y berhubungan linear terhadap variabel X_1 , X_2 dan X_3 .
7. Uji Pengaruh Parsial (t)
Ghozali (2018:98) menjelaskan bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen

3. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil Analisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda di dapatkan persamaan Satis = $0,286 + 0,107(\text{SERV}) + 0,109(\text{PRDCT}) + 0,156(\text{PRICE}) + e$ yang berarti setiap kali ada penambahan satu satuan pada salah satu variabel bebas dan variabel bebas lainnya diasumsikan sama dengan 0 maka akan menambah nilai kepuasan begitu sebaliknya. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, instrumen pernyataan kuesioner masing-masing variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid karena r hitung lebih dari r tabel yaitu 0,1966 dan dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach alpha* lebih dari 0,7.

Tabel 1.1 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,48335249
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,064
	Negative	,064
		-,047
Kolmogorov-Smirnov Z		,642
Asymp. Sig. (2-tailed)		,804

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas, nilai kolmogorov smirnov sebesar 0,642. Nilai ini lebih dari taraf probabilitas yakni 0,05 sehingga data dalam penelitian ini dinyatakan terdistribusi normal dan berdasarkan hasil uji asumsi klasik yaitu uji heterokedasitas,

Tabel 1.2 Hasil uji Heteroskedasitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,663	,804		3,312	,001
1 Kualitas Layanan	,002	,016	,018	,138	,890
	-,028	,017	-,238	-1,699	,093
Harga	,003	,042	,008	,073	,942

a. Dependent Variable: abs_res

Dari tabel hasil uji heteroskedasitas nilai sig dari masing-masing variabel bebas lebih dari 0,05 sehingga data dalam penelitian ini dinyatakan tidak terjadi heteroskedasitas.

Tabel 1.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	,286	1,338			
1 Kualitas Layanan	,107	,026	,359	,589	1,699
	,109	,028	,373	,507	1,974
Harga	,156	,070	,169	,767	1,304

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) nilai *Tolerance* sebesar 0,589 dan VIF sebesar 1,699 serta pada variabel Kualitas Produk (X_2) nilai *Tolerance* sebesar 0,507 dan VIF sebesar 1,974 dan pada variabel Harga (X_3) nilai *Tolerance* sebesar 0,767 dan VIF sebesar 1,304. Hal ini berarti menunjukkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2) maupun Harga (X_3) karena nilai *Tolerance* dan VIF masing-masing variabel memenuhi kriteria yakni nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10 sehingga dikatakan tidak terjadi Multikolinieritas antar variabel independen.

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan dengan perhitungan statistik dengan uji F, maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara simultan (bersamaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga H_1 **diterima**.
- 2) Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan perhitungan statistik dengan uji t, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga H_2 **diterima**.
- 3) Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan perhitungan statistik dengan uji t, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga H_3 **diterima**.
- 4) Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan perhitungan statistik dengan uji t, dapat diketahui bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga H_4 **diterima**.

5. Saran

Diperlukan adanya penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel independen lainnya seperti nilai pelanggan, kepercayaan, promosi dan lainnya serta sebaiknya penelitian kedepan juga menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara dan pertanyaan kuesioner terbuka (*open question*) pada setiap indikatornya, sebab beberapa responden menjawab pertanyaan yang sempat diajukan peneliti dengan pertanyaan yang sama ada di kuesioner, menjawabnya berbeda dengan jawaban yang ditulis pada kuesionernya dan responden dapat mengemukakan pendapatnya sendiri sesuai dengan indikator

6. Ucapan Terimakasih

Terimakasih kami sampaikan kepada Kedua orang tua saya, Ibu Asdalina dan Bapak Amirullah yang selalu mendoakan dan mendukung setiap langkah penyusunan Tugas Akhir ini

Saudara-saudara saya, Lidya Susanti dan Febri Ramadhan A. yang telah memberikan semangat, dan untuk yang terkasih para sahabat saya Apris, Dian, Nabila, Dinda, Fauzzi, Rizky, Fendry & Adry karena telah menemani, memberikan bantuan sekaligus menyemangati dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Daftar Pustaka

Burhanudin. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat*. Jurnal Universitas Indraprasta PGRI Vol. 10, No 1, April, 75-86.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2012). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Keller, P. K. (2009). *Marketing Management 13th Edition*. United State America: Prentice Hall.
- Korn, H. A. (2013). *Studi Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah untuk Meningkatkan Loyalitas*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol XII, No. 3, 261-282.
- Parasuraman, e. a. (1985). *A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implications For future Research*. The Journal Of Marketing Vol. 49 No.4, 41-50.
- Rakyat, L. A. (2018, July 4). *Keluhan Pelayanan Bank Mandiri*. Retrieved from lapor.go.id: <https://www.lapor.go.id/pengaduan/1989804/keluhan-pelayanan-bank-mandiri.html>
- Rivai, V. d. (2012). *Commercial Bank Management*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Roisah, R. (2013). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Tabungan Negara KCP KOPO*. Jurnal Universitas BSI, 23-32.
- Rosita, R. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah BNI, BRI, Bank Mandiri dan BCA di Bekasi*. E-Journal WIDYA ekonomika, Vol 1 No 1, Agustus, 51-57.
- Santoso, B. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Prol Tape Outlet Primadona*. Jurnal Vol. 9 No 3. April, 1-12.
- Sembiring, I. J. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 15, No 1, Oktober, 1-10.
- Statistik Perbankan Indonesia*. (2018, September). Retrieved from www.ojk.go.id
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management*. Yogyakarta: CV ANDI.