

The Manager Review

Jurnal Ilmiah Manajemen

- Analisis Pembentuk Kinerja Pegawai Biro Organisasi Dan Tatalaksana Dan Biro Sumber Daya Alam Sekretariat Daerah Provinsi Bengkulu* Zurleli
Effed Darta Hadi
Praningrum
- Analisis Kinerja Karyawan Studi Deskriptif pada PT Asuransi Jasaraharja Putera Cabang Bengkulu* Bayu Ansofa
Slamet Widodo
Trisna Murni
- Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Kantor Unit PT. BRI Tbk (Persero) Cabang Bengkulu* Jian Nafyantoni
Fahrudin JS Pareke
Nasution
- Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro Pada Bank PT. BTPN Argamakmur* Ferry Albizar
Effed Darta Hadi
Sularsih Anggarawati
- Analisis Kompetensi Pegawai Dinas Kesehatan Kota Bengkulu* Meilaty Finthariasari
Slamet Widodo
Muhartini Salim
- Pengaruh Motivasi, Kompetensi Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Anggota Polres Rejang Lebong* Hardidinata Hermansyah
Witman Rasyid
Sugeng Susetyo
- Analisis Kinerja Pelayanan Kartu Jaminan Kesehatan Kota (Jamkeskot) Pada Bagian Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Kota Bengkulu* Yeyen Visiesha
Witman Rasyid
Sugeng Susetyo
- Analisis Deskriptif Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara* Astianti
Kamaludin
Nasution
- Analisis Gaya Kepemimpinan dan Kinerja Pegawai Di Kantor Camat Seberang Musi Kabupaten Kepahiang* Bobby Anova Utama
Syaiful Anwar
Nasution
- Analisis Prilaku Kepemimpinan Efektif Dalam Meningkatkan Kinerja Staf Pada Bagian Administrasi Keuangan Seketariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara* Nurhayati
Kamaludin
Sri Warsoono



The Manager Review

Jurnal Ilmiah Manajemen



Volume 14, Nomor 2, April 2013

DAFTAR ISI

- Analisis Pembentuk Kinerja Pegawai Biro Organisasi Dan Tatalaksana Dan Biro Sumber Daya* 143 - 157
Alam Sekretariat Daerah Provinsi Bengkulu
Zurleli
Effed Darto Hadi
Praningrum
- Analisis Kinerja Karyawan Studi Deskriptif pada PT Asuransi Jasaraharja Putera Cabang Bengkulu* 158 - 167
Bayu Ansofa,
Slamet Widodo
Trisna Murni
- Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Kantor Unit PT.* 168 - 180
BRI Tbk (Persero) Cabang Bengkulu
Jian Nafyantoni
Fahrudin JS Pareke
Nasution
- Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro Pada* 181 - 187
Bank PT. BTPN Argamakmur
Ferry Albizar
Effed Darto Hadi
Sularsih Anggarawati
- Analisis Kompetensi Pegawai Dinas Kesehatan Kota Bengkulu* 188 - 196
Meilaty Finthariasari
Slamet Widodo
Muhartini Salim
- Pengaruh Motivasi, Kompetensi Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Anggota Polres Rejang* 197 - 210
Lebong
Hardidinata Hermansyah
Witman Rasyid
Sugeng Susetyo
- Analisis Kinerja Pelayanan Kartu Jaminan Kesehatan Kota (Jamkeskot) Pada Bagian Kesejahteraan* 211 - 216
Rakyat Sekretariat Daerah Kota Bengkulu
Yeyen Visiesha
Witman Rasyid
Sugeng Susetyo

Analisis Deskriptif Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara 217 - 226

Astianti

Kamaludin

Nasution

Analisis Gaya Kepemimpinan dan Kinerja Pegawai Di Kantor Camat Seberang Musi Kabupaten Kepahiang 227 - 237

Boby Anova Utama

Syaiful Anwar

Nasution

Analisis Prilaku Kepemimpinan Efektif Dalam Meningkatkan Kinerja Staf Pada Bagian Administrasi Keuangan Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara 238 - 248

Nurhayati

Kamaludin

Sri warsoono

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT MIKRO PADA BANK PT. BTPN ARGAMAKMUR

Oleh:

Ferry Albizar, Effed Darta Hadi, Sularsih Anggarawati

Program Pascasarjana Magister Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu

Jalan W.R Supratman, Kandang Limun, Bengkulu 38371A

ABSTRACT

The purpose of this research were to: 1) Analyze the impact of service quality toward customer satisfaction at BTPN Bank of Argamakmur Branch, 2) Analyze the impact of trust toward customer satisfaction at BTPN Bank of Argamakmur Branch, 3) Analyze the impact of service quality and trust toward customer satisfaction at BTPN Bank of Argamakmur Branch, 4) Identified the variable that had dominance impact toward customer satisfaction at BTPN Bank of Argamakmur Branch. Purpose sampling method was used on this research. The numbers of sampling were 155 respondents. Multiple regression analysis was used as research method on this study. The result of study can be summaries: 1) There was significant impact of service quality toward customer satisfaction at BTPN Bank of Argamakmur Branch with the value of coefficient was 0,467; 2) There was significant impact of trust toward customer satisfaction at BTPN Bank of Argamakmur Branch with the value of coefficient was 0,382, 3) There was significant impact of service quality and trust toward customer satisfaction at BTPN Bank of Argamakmur Branch with the value of inpect was 67,2% and 32,8% of the rest was influence by other factors, 4) Based on the study found that the service quality had more strong impact to customer satisfaction rather than of trust at BTPN Bank of Argamakmur Branch.

Keywords: Customer Satisfaction, Trust, Service Quality, and Bank

PENDAHULUAN

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Tjiptono, 1996).

Kemajuan dibidang perekonomian berdampak kuat terhadap kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat, berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk. Masyarakat menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhannya.

Agar dapat bersaing, bertahan hidup dan berkembang perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas pelanggan, dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan/bank lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan produk

dan/atau pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan nasabah. Kondisi tersebut juga berlaku bagi Bank BTPN.

PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (BTPN) pertama kali beroperasi di Bandung pada tahun 1959. Pada awalnya bank ini dibentuk untuk melayani kebutuhan para pensiunan personil Angkatan Bersenjata dengan nama Bank Pegawai Pensiunan Militer atau BAPEMIL. Dengan berjalannya waktu, bank ini berkembang dan mulai melayani para pensiunan karyawan sipil. Selama lebih dari 50 tahun, BTPN memfokuskan layanan perbankannya untuk para pensiunan bekerja sama dengan PT. Tabungan Asuransi Pensiunan, PT. Taspen, serta PT. Pos Indonesia. Pada tahun 1986 Nama bank kemudian berubah menjadi Bank Tabungan Pensiunan Nasional. Status BTPN pun ditingkatkan dari bank tabungan menjadi bank umum dengan dikeluarkannya ijin usaha pada tahun 1993. Di bulan Maret 2008, BTPN menjadi perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Pemegang saham utama BTPN adalah perusahaan investasi yang dimiliki oleh TPG (Texas Pacific Group - perusahaan investasi global dari Amerika Serikat) dengan kepemilikan saham sebesar 71,6%. Selain bisnis intinya di pasar pensiun, BTPN telah meluncurkan bisnis kredit Mikro, pada tahun 2008. Di akhir Desember 2009, BTPN mengoperasikan sebanyak 1.030 cabang di Indonesia, termasuk 539 cabang kredit mikro.

Di Argamakmur, Bank BTPN telah beropersai selama tiga tahun terakhir ini. Adapun perkembangan jumlah nasabah kredit mikro selama tahun 2009 sampai dengan Oktober 2011 menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Tingkat pertumbuhan nasabah sampai pada Oktober 2011 adalah 33%. Pertumbuhan Bank BTPN yang sedemikian pesat adalah didukung oleh komitmen dan kinerja pelayanan perbankan yang terus dipacu secara nasional. Hal ini ditunjukkan oleh reputasi dan penghargaan yang diperoleh Bank BTPN dan menjadi bagian yang terintegrasi pada seluruh cabang Bank BTPN di Indonesia.

Dari berbagai penghargaan yang dicapai tersebut, tersirat bahwa Bank BTPN telah memiliki reputasi yang cukup membanggakan terutama dalam mengelola penyediaan dana bagi pelaku usaha kecil dan mikro di Indonesia. Dalam hal ini, Bank BTPN telah mendapatkan penghargaan sebagai bank dengan predikat sangat bagus sebagai bank dengan kegiatan terfokus pada segmen usaha kecil dan mikro. Penghargaan tersebut diperoleh Bank BTPN selama tujuh tahun berturut-turut dari Majalah InfoBank pada tahun 2008. Sampai saat ini, Bank BTPN masih tetap berkomitmen untuk melayani segmen pasar kredit untuk pelaku usaha mikro dan kecil di Indonesia.

Berangkat dari *uniqueness value preposition* yang sedemikian rupa, Bank BTPN mampu tumbuh dan berkembang dengan cepat diberbagai daerah di Indonesia, khususnya di Bengkulu. Kondisi ini merupakan hal yang menarik dan perlu mendapat perhatian untuk dikaji lebih mendalam akan keunikan Bank BTPN ini. Keunikan tersebut perlu dilihat dari sudut pandang nasabah bukan hanya dari sisi penilaian profesionalisme dengan pendekatan entertain.

Atas dasar hal tersebut maka penelitian ini dilakukan guna mengkaji kepuasan nasabah Bank BTPN berdasarkan penilaian nasabah atas kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah pada Bank BTPN pada Kantor Cabang Argamakmur.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan pada umumnya dipandang sebagai hasil keseluruhan sistem pelayanan yang diterima konsumen, dan pada prinsipnya, bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta adanya

tekad untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Duffy (1998), berpendapat bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang akan diterima dari perusahaan. Lebih jauh, Duffy menambahkan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui perbedaan antara persepsi terhadap kualitas pelayanan yang diterimanya dengan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang akan diterimanya. Sedangkan menurut Kotler (1991), kualitas pelayanan pada prinsipnya mengandung pengertian bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi perusahaan, melainkan berdasarkan pada persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu produk atau jasa. Kualitas pelayanan dibentuk oleh perbandingan antara kondisi ideal dan persepsi dari kinerja dimensi kualitas (Oliver, 1993). Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk atau jasa merupakan penilaian pelanggan terhadap kesempurnaan performansi atas produk atau jasa yang dikonsumsi (Mowen, 1995).

Perusahaan yang ingin memenangkan persaingan dalam dunia industri akan memberikan perhatian penuh pada kualitas. Perhatian penuh pada kualitas akan memberikan dampak positif terhadap bisnis melalui dua cara, yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan (Gaspersz, 1997). Dampak terhadap biaya produksi terjadi melalui proses pembuatan produk yang memiliki *conformance* yang tinggi terhadap standar sehingga bebas dari tingkat kerusakan. Dengan demikian proses produksi yang memperhatikan kualitas akan menghasilkan produk berkualitas yang bebas dari kerusakan.

Dampak terhadap pendapatan terjadi melalui peningkatan penjualan atas produk berkualitas. Produk berkualitas yang dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki keunggulan/keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan atas penggunaan produk tersebut. Hal ini akan meningkatkan penjualan dari produk tersebut dan akhirnya akan meningkatkan pangsa pasar (*market share*).

Menurut Gaspersz (1997) kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda, dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategik. Definisi konvensional dari kualitas menggambarkan karakteristik langsung dari produk seperti *performance*, keandalan (*reliability*), dan mudah dalam penggunaan (*easy of use*), estetika (*esthetic*). Sedangkan definisi strategik dari kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah (*meeting the needs of customers*).

Kepercayaan (Trust)

Menurut Moorman et al (1993), kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan untuk menyandarkan diri pada hubungan dengan partnernya berlandaskan atas keyakinan. Pendapat tersebut dapat menggambarkan penelitian yang dilakukan oleh Rotter's (1997) yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan harapan umum yang dimiliki individu bahwa kata-kata yang muncul dari pihak lainnya dapat diandalkan. Kepercayaan adalah percaya dan memiliki keyakinan terhadap partner dalam hubungan karena memiliki kredibilitas dan kebajikan (Ganesan, 1994). Kredibilitas menunjukkan kepercayaan yang didapat dari pihak lain karena memiliki keahlian yang dikehendaki untuk melakukan suatu tugas, dan kepercayaan yang didapat karena melakukan cara yang baik kepada pihak lain dalam suatu hubungan. Garbarino dan Johnson (1998) menyatakan bahwa keterpercayaan muncul dari kemampuan untuk membuktikan sesuatu, reliabilitas dan intensionalitas.

Lebih jauh, kepercayaan juga dipelajari secara luas dalam literatur pertukaran sosial. Secagai contoh, dalam dunia pemasaran jasa, yang menyatakan efektivitas pemasaran jasa tergantung dari manajemen kepercayaan karena konsumen secara khusus harus membeli dahulu sebelum merasakannya (Berry dan Parasuraman, 1991). Oliver (1997) menyatakan bahwa rasa percaya (*trust*) sering dipandang memiliki karakteristik hubungan jangka panjang. Suatu hal yang sangat berbeda dengan kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) yang diartikan sebagai respon seketika atas konsumsi. Hal ini menjadi lebih jelas dengan definisi yang ditawarkan oleh Andresson dan Weitz (1989) sebagai "*one party's belief that its needs will be fulfilled in the future by action undertaken by the other party.*" Dalam studi mengenai hubungan antara penyedia-pemakai pada *marketing research intelligence*. Moorman, et.al (1992) mendefinisikan rasa percaya sebagai "keinginan untuk mengendalikan mitra pertukaran yang kepadanya mendapatkan kepercayaan," masih pada penelitian yang sama ditemukan bahwa *trust* secara positif dipengaruhi oleh keinginan nasabah untuk mengurangi ketidak pastian.

Kepuasan Nasabah

Saat ini kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarluaskan rasa puasnya kepada calon nasabah, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa. Beberapa definisi kepuasan pelanggan, beberapa diantaranya adalah Tse dan Wilton (1988) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel (1995) mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan nasabah. Sedangkan Kotler (1997) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian survai, yaitu suatu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Penelitian ini pada intinya merupakan upaya penilaian pendapat terhadap nasabah kredit Bank BTPN Cabang Argamakmur Bengkulu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah kredit pada Bank BTPN Cabang Argamakmur Bengkulu. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2006:6), metode *accidental sampling* adalah metode pengambilan sampel secara kebetulan. Artinya setiap nasabah yang pernah melakukan transaksi kredit pada Bank BTPN Cabang Argamakmur Bengkulu dijadikan responden penelitian. Rentang waktu yang digunakan untuk menyebarkan kuesioner adalah satu bulan. Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang diteliti serta menggambarkan persepsi responden terhadap indikator-indikator penelitian dalam bentuk tabulasi dan uraian yang disertai dengan tabel distribusi frekuensi dan persentase hasil pengukuran.

Analisa regresi berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terganggu secara kuantitatif. Besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas tersebut dapat diperkirakan dengan melakukan interpretasi angka koefisien regresi partial b . Misalnya $b_1 = 3$, artinya setiap perubahan X_1 satu satuan akan menyebabkan perubahan Y sebesar 3 satuan.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTPN Cabang Argamaukmur Bengkulu, secara umum penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kesetujuan yang relatif cukup tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTPN Cabang Argmamukmur.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (nasabah). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi dari hubungan kedua variabel tersebut, dalam halmana nilai hubungan tersebut adalah sebesar 0,467. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat atas kepuasan nasabah pada Bank BTPN Cabang Argamakmur Bengkulu. Respon responden yang cukup tinggi atas seluruh indikator kepuasan merupakan suatu hal yang menunjukkan bahwa para responden atau nasabah atas pelayanan yang diberikan Bank BTPN Argamakmur sudah sesuai dengan harapan para nasabah, Hal ini selaras dengan pendapat Lewis dan Boomas (1983) dalam Gasperzs (1997) menyatakan bahwa kualitas dinyatakan sebagai tingkat pelayanan yang diberikan atau disalurkan sesuai dengan harapan konsumen.

Oleh karena itu, masyarakat sebagai pengguna jasa kini semakin semakin selektif dalam memilih bank untuk menitipkan dana yang dimilikinya untuk menghindari risiko kehilangan dana akibat buruknya kinerja suatu bank. Dalam hal ini unsur keamanan, kepercayaan dan pelayanan menjadi faktor kunci bagi bank-bank untuk memenangkan persaingan. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada azas kepercayaan yang didasarkan pada kualitas pelayanan yang diberikan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Lebih jauh Kotler (1997) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dari hasil penelitian, hal ini telah dibuktikan oleh Bank BTPN Cabang Argamakmur melalui upaya memuaskan harapan nasabah dengan pemberian pelayanan yang berkualitas. Hasilnya memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berpengaruh kuat terhadap pembentukan kepuasan nasabah bank.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berkenaan dengan kepercayaan, Moorman et.al (1993) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kemauan untuk menyandarkan diri pada hubungan dengan partnernya berlandaskan atas keyakinan. Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa

hubungan kepercayaan dan kepuasan nasabah pada Bank BTPN Cabang Argamakmur memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap penciptaan kepuasan nasabah atas bank. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien dari persamaan regresi yang terbentuk dari respon responden atas pernyataan yang diajukan untuk mengukur keterkaitan kedua variabel tersebut.

Respon responden tersebut ditunjukkan oleh cukup tingginya respon responden atas seluruh indikator berkenaan dengan kepercayaan konsumen atas Bank BTPN Cabang Argamakmur. Hal ini membuktikan bahwa nasabah (responden) memiliki kepercayaan yang cukup baik atas Bank BTPN Cabang Argamakmur. Dampak dari kepercayaan yang baik atas pelayanan dan aktivitas perbankan tentunya akan dapat membangun hubungan jangka panjang. Hal ini sejalan dengan pendapat Morgan dan Hunt (1994) yang menyatakan bahwa konsumen yang memiliki rasa percaya pada supplier maka mereka akan meningkatkan kerjasama dengan supplier tersebut. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kepercayaan dalam suatu hubungan, maka akan semakin bernilai hubungan tersebut. Sebaliknya, apabila timbul ketidakpastian dalam hubungan tersebut maka kedua belah pihak akan lebih memilih menjaga hubungan tersebut, daripada harus menilai dari awal proses pertukaran.

Oleh karena hubungan yang terbangun antara pihak bank dan nasabah telah terjalin dengan baik dan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah maka dalam jangka panjang pihak perbankan perlu mempertahankan dan berupaya untuk meningkatkan kepercayaan nasabah. Hal ini tentunya akan berdampak pada kemampuan pihak Bank BTPN Cabang Argamakmur dalam memiliki keunggulan bersaing diantara pelaku perbankan lainnya yang ada di Kota Argamakmur khususnya dan di Kabupaten Bengkulu Utara pada umumnya.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian berkenaan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BTPN Cabang Argamakmur dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BTPN Cabang Argamakmur Bengkulu.
2. Respon responden atas berbagai indikator yang digunakan dalam penelitian ini berada pada level cukup baik hingga baik. Hal ini mengindikasikan bahwa responden menilai bahwa Bank BTPN Cabang Argamakmur telah memberikan kualitas pelayanan dan membangun kemampuan kepercayaan yang cukup baik.
3. Berdasarkan hasil analisa regresi diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 0,467X_1 + 0,382X_2 + e$. Hal ini mengandung makna bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,467 dan juga variabel Kepercayaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,382.
4. Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah adalah sebesar 67,2%, sisanya sebesar 32,8% disebabkan oleh faktor lain.
5. Berdasarkan hasil analisa ternyata variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan variabel kepercayaan terhadap penciptaan kepuasan nasabah pada Bank BTPN Cabang Argamakmur Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, E. and B. Weitz, 1992, "The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channel", *Journal of Marketing research* 29(1), p.18-34.
- Gasperz, V, (1997), *Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi & Pengendalian*. Jilid I. Jakarta: Salemba Empat.
- Morgan, Robert M. & Hunt, Shelby D. 1994. *The commitment-trust theory of relationship marketing*. *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
- Moorman, C., Zaltman, G and Deshpande R, (1992), "Relationships Between Providers and Users of Marketing Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organizations," *Journal of Marketing Research*, Vol.29, august, pp.314-329.
- Oliver, Richard L. "Whence Consumer Loyalty". *Journal of Marketing* Vol. 63 (1999), p. 33- 44.
- Parasuraman dkk, 1990, *Delevering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectation*, London: The Free Press Collier Mc. Milan Publisher.
- Parasuramant, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry (1994). "Reassessment of Expectation as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implication for Further Research". *Journal of Marketing* Vol. 58 (January 1994), 111-124.
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Andi.
- Zeithaml, V. A., L. L. Berry and A. Parasuraman. 1996. "The Behavioral Consequences of Service Quality". *Journal of Marketing* 1996, p 31 - 46.