

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN
NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) CABANG SAMARINDA****Chottam¹⁾, Zulfikar²⁾, Florentina Kohat³⁾, Dimas Riski Efendi⁴⁾**iagusttu@gmail.com¹⁾, zulfikar@polnes.ac.id²⁾, annisap081@gmail.com³⁾, dimassriskii18@gmail.com⁴⁾^{1 2 3 4)} Program Studi Keuangan dan Perbankan/Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda^{1 2 3 4)} Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo, Kampus Gunung Panjang, Samarinda 75131**Abstract**

This research aims to providing services that benefit customers. The purpose of this study was to examine customer satisfaction partially and simultaneously the role of customer service at PT Bank Rakyat Indonesia Samarinda Branch Office 1. Instruments for collecting data in the form of questionnaires measured by Likert Scale. The sample in this study was 350 customers of PT Bank Rakyat Indonesia Samarinda Branch Office 1 which was carried out randomly using probability sampling techniques. The data analysis method was tested with Statistical Product and Service Solution (SPSS) which included validity, reliability testing, simple regression analysis hypothesis testing via t test and analysis of the coefficient of determination (R²). This study consists of two hypotheses and the results of two hypotheses show that the role of Customer Service (X) has been shown to have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). At PT Bank Rakyat Indonesia Samarinda Branch 1.

Keywords: *The Role of Customer Service, Customer Satisfaction.***Abstrak**

Penelitian ini bertujuan ini adalah untuk menguji Kepuasan nasabah terhadap peranan customer service secara parsial dan simultan pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Samarinda 1. Instrumen Pengumpulan data berupa kuisioner yang diukur dengan Skala Likert. Sampel dalam penelitian ini adalah 350 orang nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Samarinda 1 yang dilakukan secara acak dengan menggunakan teknik pengambilan sampel probability sampling. Metode analisis data diuji dengan SPSS yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi sederhana, pengujian hipotesis melalui uji t dan serta analisis koefisien determinasi (R²). Penelitian ini terdiri dari dua hipotesis dan hasil dari dua hipotesis menunjukkan bahwa variable Peranan Customer service (X) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Samarinda 1.

Kata Kunci: *Peranan Customer service, Kepuasan Nasabah.***PENDAHULUAN**

Dalam dunia perbankan tugas utama *customer service* memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* ibarat wajah terdepan sebuah bank. Seorang *customer service* harus mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail, sehingga baik buruk pelayanannya akan memengaruhi persepsi dan kepuasan nasabah terhadap bank tersebut.

Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya membentuk suatu rekomendasi dari nasabah yang satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan. nasabah yang puas merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru. Sehubungan dengan pentingnya peranan *customer service* tersebut, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan yakni perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. dalam upaya untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah, serta



menciptakan kepuasan nasabah, agar tidak beralih ke bank lainnya, maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan *customer service* yang mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Kepuasan pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antar perusahaan dengan pelayanannya. Demikian pula dengan Bank BRI Cabang Samarinda 1 yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-sebaiknya dengan para nasabahnya melalui peranan *customer service*, oleh karena itu untuk mengantisipasi pesaing yang semakin ketat dengan perbankan lainnya perlu diciptakan hubungan yang baik dengan nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah, untuk menciptakan kepuasan nasabah, khususnya nasabah pada BRI Cabang Samarinda 1.

Beberapa penelitian yang mengkaji pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah diantaranya adalah Nugroho (2014) yang menemukan bahwa faktor-faktor kualitas pelayanan *customer service* yang berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah adalah variabel berwujud, keandalan, koresponsifan, jaminan dan empati pada Bank BNI Syariah Cabang Fatmawati. Begitu pula Rusmawati (2018) yang menganalisis pengaruh dimensi pelayanan *customer service* di Bank Danamon Sukodadi Lamongan yang terdiri dari *reliability, responsiveness, tangible, assurance, empathy* yang berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah. Adapun dimensi pelayanan *customer service* yang paling dominan adalah *responsiveness*. Sedangkan Harun (2016) yang menemukan bahwa kontribusi pengaruh variabel pelayanan *customer service* pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa terhadap kepuasan nasabah adalah 18% sedangkan sisanya 82% dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka peneliti ingin mengetahui pengaruh peranan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Samarinda 1.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2005) dalam Hidayat, dkk (2013:3) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Pada umumnya harapan-harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk.

Menurut Irawan (2019) dalam Hidayat, dkk (2013:3) terdapat indikator pengukuran kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Perasaan puas (yang terkait arti puas di dalam sini yaitu berkaitan dengan produk karena sesuai konsep)
2. Selalu membeli produk
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Terpenuhinya harapan pelanggan.



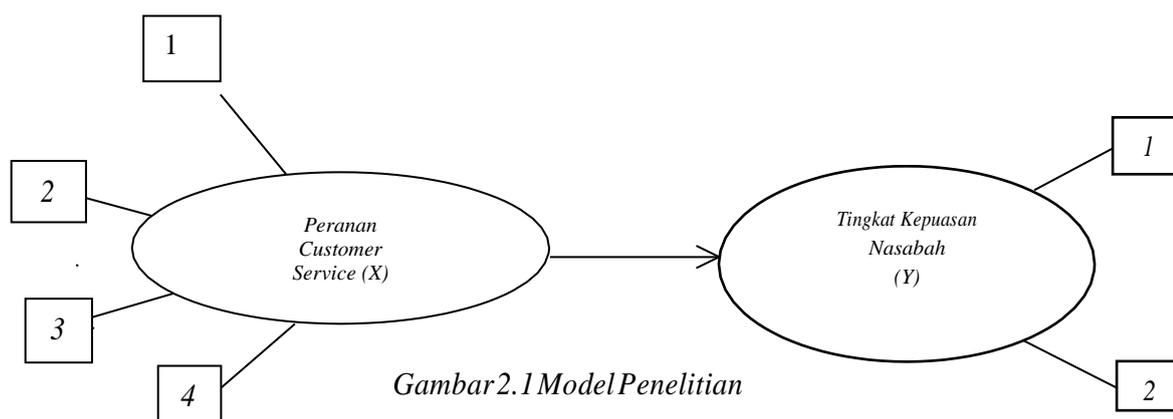
Peranan Customer Service

Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak, baik customer service, teller atau kasir maupun public relation. Dalam dunia perbankan, ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama customer service. Menurut Kasmir (2008), pengertian customer service adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan nasabah.

Seorang *customer service* memang berperanan sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau public relation bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dalam berbagai cara. *Customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. oleh karena itu, tugas-tugas yang diemban oleh para *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

Seorang *Customer Service* juga diharapkan dapat memberikan pelayanan yang cepat, akurat, baik dan ramah terhadap nasabah. Pelayanan baik, memuaskan dan maksimal yang diberikan oleh *Customer Service* memang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang bersangkutan. Seorang *Customer Service* yang baik tidak hanya dilihat dari segi fisik, namun juga dilihat dari segi non-fisik seperti kemampuan dan etika pelayanan. Disamping itu untuk mempertahankan nasabah lama untuk terus membeli dan mengkonsumsi produk bank tersebut, tetapi juga mampu untuk menarik calon nasabah baru untuk ikut membeli produk bank yang ditawarkan serta memberikan pelayanan yang memuaskan kepada semua nasabah.

Model Penelitian



Keterangan:

Customer Service (X)

- 1. Sarana
- 2. Tanggung Jawab

Tingkat Kepuasan Nasabah

- 1. Kepuasan
- 2. Produk



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

Definisi Operasional

Variabel independen

Adapun variabel independent (bebas) dalam penelitian ini adalah Peranan *Customer Service*: sarana, tanggung jawab, pelayanan, kecakapan memadai.

Variabel Dependen

Adapun variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah Tingkat Kepuasan Nasabah: Kepuasan dan Produk.

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah keseluruhan nasabah di BRI Cabang Samarinda 1.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah nasabah BRI Cabang Samarinda 1. Dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian *survey* (kuisioner) dengan teknik pengambilan sampel *probability sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 350 orang nasabah.

Analisis Data

Metode analisis data diuji dengan SPSS yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi sederhana, pengujian hipotesis melalui uji t dan serta analisis koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Hasil r hitung kita dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan sig 5% atau 0,05. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid (Sujarweni, 2015:192). Berikut adalah hasil uji validitas dari penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas 350 responden

<i>Variabel</i>	<i>R Tabel</i>	<i>Pearson Corelation R hitung</i>	<i>Keterangan</i>
-----------------	----------------	--	-------------------



Peranan Customerservice(X)			
X1	0,113	0,758	Valid
X2	0,113	0,784	Valid
X3	0,113	0,794	Valid
X4	0,113	0,801	Valid
X5	0,113	0,805	Valid
X6	0,113	0,713	Valid
X7	0,113	0,821	Valid
X8	0,113	0,887	Valid
X9	0,113	0,829	Valid
X10	0,113	0,819	Valid
X11	0,113	0,811	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)			
Y1	0,113	0,867	Valid
Y2	0,113	0,751	Valid
Y3	0,113	0,884	Valid

Dari tabel yang disajikan dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan yang ada dalam instrument dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung (*pearson correlation*) setiap komponen pernyataannya lebih besar dari pada r table.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisiner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka reliabel (Sujarweni, 2015:192). Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas 350 Responden

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Peranan Customer service (X)	11	0,942	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	3	0,781	Reliabel

Sumber Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 19

Berdasarkan tabel yang disajikan, menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga masing-masing indikator dari variabel dapat dikatakan Reliabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana



Pengujian ini dibantu dengan bantuan aplikasi SPSS versi 19 dan didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis Regresi Liner Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,148	,381		3,017	,003
Peranan Customer Service	,245	,008	,851	30,199	,000

Berdasarkan data hasil olahan pada tabel yang disajikan, diketahui nilai Constan (a) sebesar 1,148 sedangkan nilai Peranan Customer Service (b / koefisien regresi) sebesar 0,245, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,148 + 0,245X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

1. Nilai konstanta sebesar 1,148 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Kepuasan Nasabah adalah sebesar 1,148
2. Nilai koefisien regresi X sebesar 0,245 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Peranan Customer Service, maka nilai Kepuasan Nasabah bertambah sebesar 0,245. Koefisien regresi tersebut bernilai Signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y Signifikan.

Uji Parsial (Uji T)

Kunchoro (2003:218) menyatakan bahwa uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara *individual* atau parsial dalam menegakan variasi variabel terikat.

Tabel 4. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.148	.381		3.017	.003
	Peranan_Customer_Service	.245	.008	.851	30.199	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Besarnya angka Ttabel dengan ketentuan $\alpha = 5\%$, n = 350 responden dan k = 2 variabel independen, sehingga dapat dirumuskan Ttabel sebagai berikut: $(n - k = 350 - 2 = 348)$ sehingga diperoleh nilai T tabel sebesar. (1,649)



1. Pengaruh Variabel Peranan Customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah

Variabel Peranan *customer service* (X) berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1.

Hal ini terlihat dari signifikan Peranan *customer service* (X) $0,000 < 0,05$, dan $t_{tabel} = t$

$(n - k = 350 - 2 = 348) = 1,649$ berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($30,199 > 1,649$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh Peranan *customer service* terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial diterima.

Uji Koefisienan Derterminasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisienan Derterminasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851a	.724	.723	1.21996

a. Predictors: (Constant), Peranan Customer service (X1)

Berdasarkan tabel diatas dapat menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,851. Dari *output* tersebut dapat diperoleh koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,724. Artinya pengaruh yang diberikan oleh Peranan *customer service* (variabel bebas) terhadap kepuasan nasabah (variabel terikat) Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1. Sebesar 72,4% sedangkan 27,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Cara mendapatkan dengan menggunakan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Dimana:

Kd= Koefisien determinasi $r^2 =$

Koefisien korelasi

Jawab :

$$Kd = R^2$$

$$r^2 = (0,851)^2$$

$$R^2 = (0,851)^2 \times 100\%$$

$$= 72,420 \times 100\%$$

$$= 72,4\%$$



Dari hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Variabel X (Peranan *customer service*) terhadap Variabel Y (Kepuasan Nasabah). Sebesar 72,4% sedangkan 27.6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

Terlihat dari Koefisien Determinasi (KD) di atas dapat disimpulkan bahwa KD mendekati 1. Atau 0,851, maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent kuat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh peranan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Cabang Samarinda 1, maka penulis dapat menarik simpulan bahwa Peranan *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1. Dengan t hitung sebesar 30.199 dan t tabel sebesar 1,649 atau t hitung > t tabel. Berdasarkan uji koefisien determasi diperoleh nilai R square sebesar 0,724. Artinya tingkat kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan nasabah sebesar 72,4 % sedangkan 27.6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini. Dan *customer service* Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1. Telah menerapkan standar operasional prosedur (SOP) *customer service*.

Adapun saran yang dapat peneliti berikan sehubungan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, yaitu Untuk penelitian selanjutnya atau yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain nilai pelanggan, kedekatan emosional, dan kualitas pelayanan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan nasabah agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel independen lain yang berada di luar penelitian ini, yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Bank dan Lembaga Lainnya*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Edition, S. (2014). *Multivariate Data Analysis*. London: Pearson Education Limited.
- Harun, Risdianti. (2016). Pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa. *Skripsi*. Makasar: UIN Alauddin.
- Hasibuan, D. (2007). *Dasar, Pengertian, dan Masalah Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kasmir, (2008). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.



Naja, H. (2004). *Membangun Micro Banking*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.

Nugroho, Mohammad Rendy. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan Customer service terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Cabang Fatmawati. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Priyanto, D. (2012). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSER.

Purnawati, I., Yuniarta, G., & Sulindawati, N. (2014). *Akuntansi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis manual dan IBM SPSS)*. Yogyakarta: Andi Offset.

Rusmawati, Yunni & Bhiastika Ristyanadi. (2018). Analisis Pelayanan CS (Customer Service) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Danamon di Sukodadi Lamongan. *Jurnal EKBIS. Vol. 19, No.1*.

Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: CV Alfabeta.

