
PENGARUH *BANKING SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN SERTA IMPLIKASINYA PADA *CUSTOMER ENGAGEMENT*

Andrias Fabaitya¹, Ayu Raditya Kencana Dewi², dan Okta Eka Putra³
1,2,3Universitas Pasundan

¹*andriasfabaitya@gmail.com*, ²*raditya.bhaskara06@gmail.com*, dan ³*oktaekap@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *banking service quality* terhadap kepuasan serta implikasinya pada *customer engagement*. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberi gambaran respon dari nasabah terhadap kinerja kualitas pelayanan perbankan dan loyalitas nasabah tabungan tandamata di Bank Daerah Jawa Barat, sehingga pihak bank dalam menyusun kualitas pelayanan dapat berorientasi pada tuntutan pasar sasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner disertai dengan teknik observasi dan kepustakaan, teknik pengambilan sampel menggunakan *consecutive sampling*. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan pada tahun 2021. Teknik analisis data menggunakan Analisis Jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum *banking service quality* (BSQ) masuk dalam kategori baik begitu juga kepuasan nasabah dan *customer engagement* cenderung baik. *Banking service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan di BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung, dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap *customer engagement* nasabah tabungan Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung.

Kata Kunci : *Banking Service Quality, Kepuasan, Customer Engagement*

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the impact of banking service quality on satisfaction and its implications on customer engagement. The result of this research is expected to give a description of customer's response to the performance of banking service quality and customer loyalty of tandamata savings in bank BJB, otherwise, the bank in preparing the service quality can be oriented to the target market demands. The research method used is descriptive and verification analysis. Data collection was interviewed by using questionnaires accompanied by observation and library techniques, sampling technique using consecutive sampling. Data collection in field conducted in 2017. Data analysis technique using Path Analysis. The results showed that in general banking service quality (BSQ) entered in both categories as well as customer satisfaction and customer engagement tend to be good. Banking service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction in BJB Tamansari Branch Office Bandung, and customer satisfaction affects customer engagement of customer saving Bank BJB Branch Office Tamansari Bandung.

Keywords: *Banking Service Quality, Satisfaction, Customer Engagement*

1. PENDAHULUAN

Lingkungan bisnis saat ini cenderung terus berubah disertai dengan tingkat persaingan yang semakin kompetitif, setiap organisasi akan dihadapkan pada permasalahan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan secara berkesinambungan. Bank sebagai institusi bisnis, tidak dapat dilepaskan dari masalah tersebut. Pada dinamika kegiatan perekonomian, eksistensi sektor perbankan memiliki peran yang sangat vital dan strategis, sehingga menuntut pemerintah dan Bank Indonesia terus membenahi sektor perbankan, baik melalui peraturan perundangan maupun ketentuan dalam bentuk berbagai paket kebijakan. Berdasarkan SK Gubernur BI No 9/63/kep.gbi/2007 tentang Perubahan Izin Usaha PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat menjadi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, dengan *call name* menjadi Bank Jabar Banten (BJB). Pelayanan yang diberikan Bank Jabar Banten (BJB) saat ini masih belum optimal, hal ini ditunjukkan dengan *market share* yang masih rendah. Ketidakberhasilan target tersebut mengidentifikasi adanya penurunan kualitas pelayanan, sehingga berdampak pada penurunan keputusan nasabah. Selain itu, semakin banyaknya persaingan dalam industri jasa perbankan memaksa Bank Jabar Banten (BJB) untuk mencari strategi yang paling tepat guna memenangkan persaingan.

Berdasarkan data, perkembangan jumlah nasabah tabungan di Kacab Tamansari tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 4% berada di posisi terendah dibandingkan dengan Kacab Suci, Sumber Sari, Sukajadi, dan Buah Batu. Pelayanan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari produk dan jasa. Menurut Anderson *et al.* (2010) kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Ketidakpuasan nasabah Kacab Tamansari terlihat dari jumlah nasabah yang menutup rekening simpanan tabungan yang mengalami kenaikan sebesar 19,56% pada tahun 2020. Adapun Zeithaml dan Bitner (2014:123) menyatakan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, biaya, dan kemudahan. Lebih lanjut, Irawan (2014:37) menyatakan faktor-faktor yang mendorong kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya, dan kemudahan.

Menurut Tjiptono (2016:71) kepuasan pelanggan adalah inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang, di mana kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan unjuk kerja. Teori kepuasan pelanggan selalu didasarkan pada upaya peniadaan atau paling kurang menyempitkan *gap* antara harapan dan kinerja. Peningkatan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan dimungkinkan dapat mengurangi kegagalan pelayanan dan memberikan kepuasan (Matilla, 2011:401). Menurut Clotey *et al.* (2011:105) untuk mempertahankan nasabah dan meningkatkan keunggulan bersaing dapat dilakukan dengan meningkatkan pelayanan, sehingga akan tercipta kepuasan. Bank Jabar Banten (BJB) membentuk *image* menjadi *relationship banking* agar tercipta *customer engagement*, sehingga nasabah senang bertransaksi dan merasa puas terhadap Bank Jabar Banten (BJB), diharapkan mereka tidak akan beralih ke bank lain. Selain itu, nasabah akan cenderung

melakukan *word of mouth communication* kepada relasi terdekatnya, agar melakukan hal yang sama dengan dirinya.

2. KERANGKA TEORITIS

Banking Service Quality (BSQ)

Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing usaha dalam bidang jasa adalah dengan melakukan peningkatan pada kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik kepuasan pelanggan akan dapat tercapai (Kotler dan Keller, 2016:169). Tingkat kualitas pelayanan harus dipandang melalui sudut pandang penilaian oleh konsumen, karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan perusahaan harus berorientasi pada kepentingan konsumen dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan (Rangkuti, 2012:17). Secara umum, dimensi kualitas pelayanan telah banyak digunakan, namun tidak sedikit kritik yang diberikan, untuk mengatasi kelemahan tersebut dikembangkan metode pengukuran baru untuk mengukur kualitas pelayanan khusus bagi industri perbankan yang dikenal dengan *banking service quality (BSQ)*, dikembangkan oleh Bahia dan Nantel (2015). Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan Bahia dan Nantel (2015) diperoleh 6 (enam) dimensi *banking service quality (BSQ)* yang kemudian digunakan menjadi variabel dalam penelitian ini, yaitu *effectiveness and assurance, access, price, tangible, service portfolio, dan reliability*.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang (Tjiptono, 2014:71). Teori kepuasan pelanggan selalu didasarkan pada upaya peniadaan atau paling kurang menyempitkan *gap* antara harapan dan kinerja. Menurut Kotler dan Keller (2016:36) *satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from company a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations*, bahwa kepuasan merupakan hasil dari membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan dari suatu produk. Lebih lanjut, Shankar *et al.* (2013:154) menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan *the perception of pleasurable fulfillment of a service, and loyalty as deep commitment to the service provider*, bahwa kepuasan pelanggan lebih mengarah pada sikap dan perilaku loyal, atau pun ditunjukkan melalui komitmen yang tinggi terhadap perusahaan. Lupiyoadi (2012:158) menyatakan terdapat 5 (lima) faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya, dan kemudahan.

Customer Engagement

Kahn (2011:700) berpendapat bahwa *engagement* telah didefinisikan sebagai perilaku tugas yang mempromosikan hubungan untuk bekerja kepada orang lain dinyatakan secara fisik, kognitif, dan emosional yang merangsang pengembangan pribadi dan menjadi peningkatan motivasi karyawan. Menurut Buckingham dan Coffman (2012) *engagement* adalah tingkatan keterikatan dan antusiasme individu atas pekerjaannya dan organisasinya. Jika dalam suatu organisasi memiliki proposisi yang cukup besar dalam mengikat pelanggan, maka organisasi tersebut dapat sukses dan bertahan lama, selain itu Mark (2010:29) menyatakan pelanggan yang *engaged* dan *loyal* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada lembaga keuangan

yaitu keandalan, transparansi, dan *engagement* serta *customer feedback* dalam usaha perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas.

Pelanggan yang loyal terhadap produk perusahaan akan secara aktif merekomendasikan produk dan pelayanan perusahaan kepada orang lain, *customer engagement* juga menggambarkan bagaimana sehatnya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan yang diraih melalui interaksi secara individu dengan nasabah. Salanova, Agut, dan Peiro (2013:304) menambahkan bahwa *emotional engagement may act to further increase group morale, cohesion, and rapport via positive psychological cognition process*. Kemudian, Fleming dan Jim Asplund (2012:96) menunjukkan bahwa ada 4 (empat) dimensi kunci untuk ikatan emosional pelanggan kepada perusahaan, diantaranya *confidence, integrity, pride, dan passion*.

Paradigma Penelitian dan Hipotesis

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah, untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah perlu terlebih dahulu mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Penelitian oleh Bloemer *et al.* (2012) menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Hubungan antara kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan juga diungkapkan Lassar *et al.* (2012) yang menyatakan variabel independen kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian oleh Roberts (2013:205) juga ditemukan bahwa *customer engagement* dalam memberikan kemampuan pelayanan pada pelanggan membaik, organisasi seringkali fokus pada "*hard skill*" tentang pengetahuan produk, pengetahuan teknis dan administrasi. Penelitian juga menemukan bahwa pengalaman pelanggan ketika bertransaksi lebih teringat pada *personal touch* dibandingkan yang bersifat aspek pelayanan bermateri.

Efektivitas terkait erat dengan kepercayaan terhadap sistem perbankan (Spathis, Petridou, dan Glaveli, 2014). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemberian layanan dalam bentuk hubungan personal jauh lebih penting dibandingkan dengan pendekatan teknologi tinggi (Malhotra *et al.*, 2015). Lebih lanjut, Kim, Kim, dan Lennon (2016) menunjukkan bahwa keadilan harga mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap penyedia layanan. Penelitian Petridou *et al.* (2017) di Bulgaria menemukan pentingnya bukti fisik dalam memprediksi kepuasan pelanggan di bank ritel. Menurut Mersha, Sriram, Yeshanew, dan Gebre (2014) bahwa untuk membentuk *customer engagement* yaitu memperoleh dan mempertahankan pelanggan adalah bisnis yang mahal di sektor jasa keuangan. Selain itu, Jones (2012:29) menyatakan bahwa pelanggan yang *engaged* dan loyal lebih menghasilkan profit bagi perusahaan dan terdapat tiga elemen penting yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai kepercayaan pada lembaga keuangan yaitu keandalan, transparansi, dan keterikatan (*engagement*).

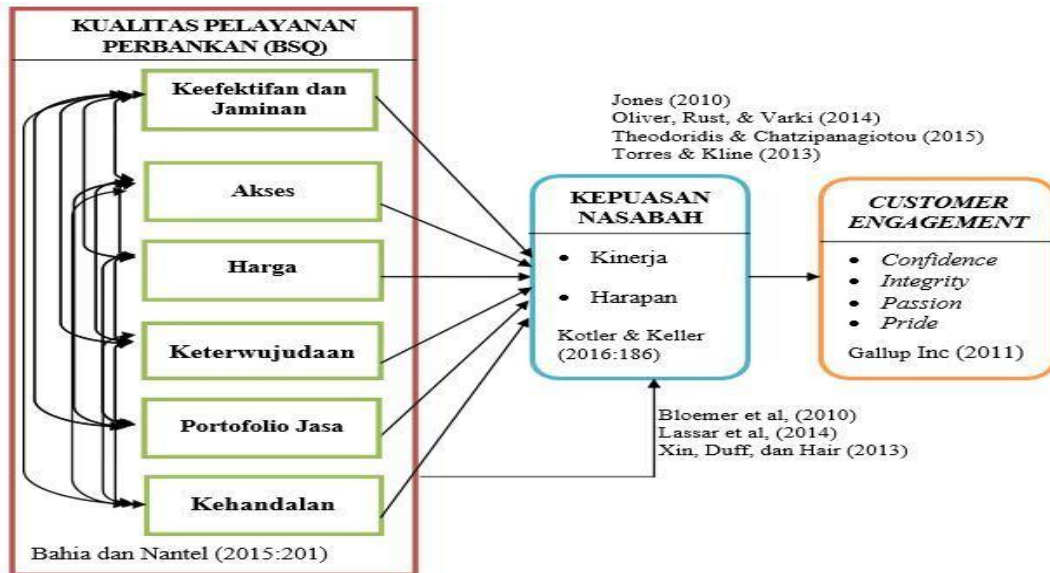
Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Banking service quality (effectiveness and assurance, access, price, tangible, service*

portofolio, dan *reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan.

2. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap *customer engagement*.
3. *Banking service quality* berpengaruh terhadap *customer engagement* melalui kepuasan nasabah.

Berdasarkan kerangka pemikiran pengaruh kualitas pelayanan perbankan terhadap kepuasan dan implikasinya pada *customer engagement* nasabah di BJB Kantor Cabang Tamansari, maka dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *banking service quality* terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya terhadap *customer engagement* berdasarkan data kuantitatif yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada nasabah tabungan di BJB Kacab Tamansari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif dan verifikatif, terdapat tiga pokok variabel yang akan diteliti, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel bebas, kepuasan nasabah sebagai variabel intervening, dan *customer engagement* sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan di BJB Kacab Tamansari, Bandung. Pengumpulan data dilakukan 5 hari kerja dengan jumlah rata-rata nasabah per harinya sekitar 285 nasabah,

sehingga jumlah populasi adalah $(285 \text{ nasabah} \times 5 \text{ hari}) = 1.425 \text{ nasabah}$.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel untuk penelitian ini sebanyak 95 responden, diambil 100 responden dengan pertimbangan untuk menghindari *sampling error*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *consecutive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan tertutup yang dibuat dengan skala 1 – 7, dengan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis*. Menurut Juanim (2020:56) analisis jalur dapat diartikan sebagai analisis statistik yang merupakan bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

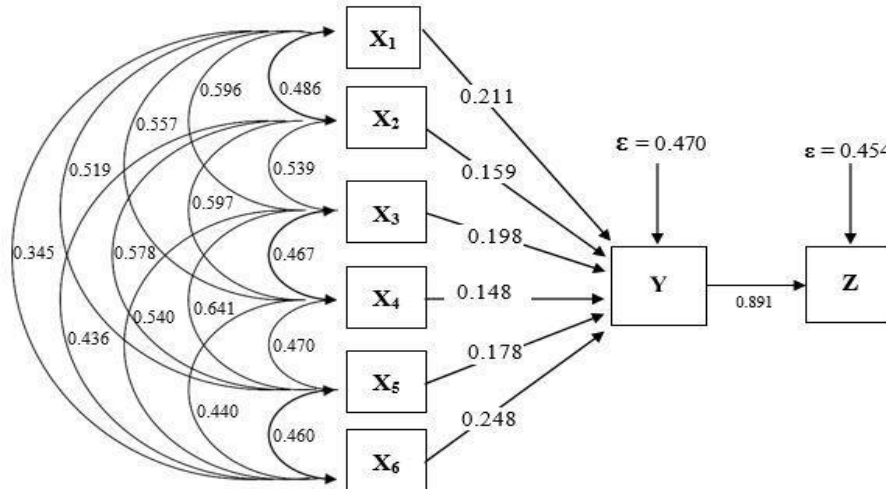
Hasil tanggapan nasabah tabungan BJB Kacab Tamansari Bandung mengenai *banking service quality* pada nasabah bank bjb Kantor Cabang Tamansari Bandung yang diukur dengan dimensi keefektifan dan jaminan (*effectiveness and assurance*), akses (*access*), harga (*price*), keterwujudan (*tangible*), portofolio jasa (*service portofolio*), dan keandalan (*reliability*) memperlihatkan indeks rata-rata variabel sebesar 5.23 yang berarti *banking service quality* pada BJB Kacab Tamansari Bandung menurut sebagian besar nasabah diinterpretasikan berada pada kategori baik. Apabila dibandingkan antara sub variabel, maka sub variabel portofolio jasa (*service portofolio*) memberikan gambaran yang paling baik sedangkan sub variabel keandalan (*reliability*) memberikan gambaran yang paling rendah.

Hasil tanggapan nasabah tabungan BJB Kacab Tamansari Bandung mengenai kepuasan nasabah BJB Kacab Tamansari Bandung memperlihatkan indeks rata-rata sebesar 5.26 yang berarti kepuasan nasabah dapat diinterpretasikan memiliki nilai rata-rata yang baik. Sehingga dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah tabungan di BJB Kacab Tamansari Bandung relatif sudah puas. Namun demikian dari 6 (enam) item pertanyaan yang disampaikan hal yang harus mendapat perhatian untuk diperbaiki menyangkut kepuasan nasabah yaitu mengenai puas terhadap keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan, dan puas terhadap kompetensi dan tingkat respon yang baik dari karyawan, serta faktor keamanan.

Hasil tanggapan nasabah tabungan BJB Kacab Tamansari Bandung mengenai *customer engagement* nasabah BJB Kacab Tamansari Bandung memperlihatkan indeks rata-rata sebesar 6.02 yang berarti *customer engagement* dapat diinterpretasikan memiliki nilai rata-rata yang baik. Sehingga dapat diartikan bahwa *customer engagement* nasabah tabungan BJB Kacab Tamansari Bandung relatif sudah tinggi. Namun demikian dari 7 (tujuh) item pertanyaan yang disampaikan hal yang harus mendapat perhatian untuk diperbaiki menyangkut *customer engagement* yaitu mengenai BJB Kacab Tamansari Bandung merupakan bank yang terbaik bagi anda, dan BJB Kacab Tamansari Bandung menjadi bank pilihan anda dalam melakukan transaksi perbankan.

Untuk menguji pengaruh *banking service quality* terhadap kepuasan nasabah BJB Kacab

Tamansari Bandung digunakan uji statistika *path analysis*, Berdasarkan perhitungan *path analysis*, maka hasil keseluruhan dari analisis tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Struktur Hubungan *banking service quality*, kepuasan nasabah, dan *customer engagement*

Untuk mengetahui kontribusi pengaruh *banking service quality* dengan dimensi *effectiveness and assurance, access, price, tangible, service portofolio*, dan *reliability* terhadap kepuasan nasabah tabungan di Bank Jabar Banten (BJB) Kacab Tamansari dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 1. Pengaruh *Banking Service Quality (effectiveness and assurance, access, price, tangible, service portofolio, dan reliability)* dan Pengaruh Di luar Sub Variabel Terhadap Kepuasan Nasabah

Var	Pengaruh Langsung	Pengaruh tidak langsung						Jumlah pengaruh tidak langsung	Total
		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆		
X ₁	4,45	-	1,63	3,12	1,74	1,95	1,44	9,88	14,33
X ₂	2,53	1,63	-	2,12	1,40	1,63	1,37	8,15	10,68
X ₃	6,15	3,12	2,12	-	1,71	2,83	2,65	12,43	18,58
X ₄	2,19	1,74	1,40	1,71	-	1,24	1,29	7,38	9,57
X ₅	3,17	1,95	1,63	2,83	1,24	-	1,62	9,27	12,44
X ₆	3,92	1,44	1,37	2,65	1,29	1,62	-	8,37	12,29
Jumlah								77,89	
Pengaruh faktor lain/faktor residu									22,11

Sumber : Hasil Pengolahan Statistik SPSS. 25

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *banking service quality* terhadap kepuasan nasabah tabungan di BJB Kacab Tamansari sebesar 77,89%,

sedangkan sisanya merupakan error (ϵ) sebesar 0.470 atau 22,11%. Seluruh *sub* variabel secara keseluruhan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Di mana *sub* variabel *price* memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan nasabah, dan *sub tangible* memberikan kontribusi terendah. Pengaruh dari variabel kepuasan nasabah terhadap *customer engagement* tabungan di BJB Kacab Tamansari menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 79,38%, sedangkan sisanya merupakan error (ϵ) sebesar 0.454 atau 20,62%. Berdasarkan hasil perhitungan nilai korelasi dan koefisien jalur yang telah dilakukan, diketahui besarnya pengaruh tidak langsung *banking service quality* terhadap *customer engagement* melalui kepuasan nasabah adalah sebesar 87,88%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung *banking service quality* terhadap *customer engagement* melalui kepuasan nasabah lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsungnya. Berikut adalah tabel pengaruh langsung dan tidak langsung *banking service quality* terhadap *customer engagement*, yaitu:

Tabel 2. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Banking Service Quality Terhadap Customer Engagement

Interpretasi Analisis Jalur			
Keterangan		Pengaruh	%
X	Pengaruh langsung ke Z	0.0930	9.30
	Pengaruh tidak langsung melalui Y ke Z	0.7858	78.58
Jumlah		0.8788	87.88

Sumber : Hasil Pengolahan Statistik Program SPSS v. 20.0

Pembahasan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara umum *banking service quality* masuk dalam kategori baik begitu juga kepuasan nasabah dan *customer engagement* cenderung baik. Selain itu, hasil analisis verifikatif menunjukkan adanya pengaruh *banking service quality* terhadap kepuasan nasabah tabungan di Bank Jabar Banten (BJB) Kacab Tamansari sebesar 77,89%, pengaruh kepuasan nasabah terhadap *customer engagement* sebesar 79,38%, pengaruh tidak langsung *banking service quality* terhadap *customer engagement* melalui kepuasan nasabah adalah sebesar 87,88%. Hasil dari temuan penelitian memiliki implikasi kebijakan sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pihak manajemen yang bersifat strategis, yaitu :

1. Hal pertama yang paling penting untuk ditingkatkan adalah implikasi manajerial berhubungan dengan dampak strategis atas mutu pelayanan perbankan terhadap kepuasan nasabah. Untuk meningkatkan mutu pelayanan di Bank Jabar Banten (BJB) Kacab Tamansari, maka yang harus menjadi perhatian, yaitu :
 - a. Akses nasabah, seperti dengan memperbanyak *teller* dan *customer service*, menambah fasilitas anjungan ATM dan fasilitas di tempat strategis, dan menambah jumlah petugas *front office* di setiap lantai dan lobi.

- b. Keandalan, mengembangkan standarisasi yang lebih baik dalam 1). Aktivitas pelayanan dan diatur pula proses birokrasi untuk produk kredit yang lebih singkat dan tidak rumit; 2). Permudah dan percepat nasabah untuk mendapat kartu ATM, sehingga untuk kartu ATM Khusus (terdapat nama nasabah pada kartu) dapat diperpendek dari 20 hari menjadi 1 jam; dan 3). Standarisasi penanganan permasalahan dan keluhan serta adanya sistem kompensasi untuk nasabah, sehingga nasabah tidak begitu dirugikan.
 - c. Efektivitas dan jaminan, perlu dikembangkan prosedur keamanan yang lebih baik, misalnya 1). Sistem pengawasan dan keamanan dengan CCTV pada setiap ruangan dan lingkungan kerja; 2). Perkuat sistem pengawasan parkir khususnya bagi kendaraan roda dua dengan tiket; dan 3). Penambahan petugas keamanan pada setiap ruangan, agar tidak ditemui para pedagang makanan, majalah dan lainnya bebas masuk dan menawarkan barang dagangannya.
 - d. Harga, peninjauan kembali besaran 1). Dana setoran awal untuk membuka atau menjadi nasabah baru, di mana besaran setoran awal Rp. 250.000,- (Dua ratus lima puluh ribu rupiah) jumlah ini tentunya bagi sebagian konsumen sangat besar dan dapat menjadi hambatan untuk menjadi nasabah; dan 2). Bunga kredit yang tidak kompetitif.
 - e. Berwujud, akan lebih baik seandainya 1). Disediakan fasilitas khusus untuk tempat merokok bagi nasabah perokok; 2). Pada ruang tunggu lantai 2 - 5 di Bank Jabar Banten (BJB) Kacab Tamansari tidak terdapat alat pendingin (AC), TV, dan bahan bacaan serta fasilitas kamar mandi; 3). Perbaiki penataan tempat dan fasilitas lain pada ruangan tunggu; dan 4). Perbaiki ruangan toilet pada setiap kantor perwakilan.
 - f. Portofolio produk, perbankan sudah saatnya 1). Produk kredit yang bebas jaminan dan bunga ringan serta jangka waktu dari 5 tahun menjadi 10 tahun bagi UKM; 2) Produk kredit harus lebih familiar, sehingga nasabah lebih mudah memahami, menerima dan menggunakannya; dan 3). Pengembangan kerja sama pengiriman uang dari luar negeri khususnya bagi para Tenaga Kerja Indonesia (TKI) dengan sistem korespondensi yang online.
2. Hal kedua yang paling penting untuk ditingkatkan adalah implikasi manajerial berhubungan dengan dampak strategis atas teknologi perbankan terhadap kepuasan nasabah. Untuk meningkatkan teknologi Bank Jabar Banten (BJB) Kacab Tamansari, maka yang harus ditingkatkan, yaitu :
- a. Teknologi harus berfungsi dengan baik, Bank Jabar Banten (BJB) Kacab Tamansari harus melakukan penjadualan dan standarisasi perawatan teknologi, 1). Mesin ATM harus berfungsi dengan baik, sehingga kasus mesin ATM rusak, ATM yang kehabisan uang, dan kertas, lampu penerangan anjungan yang redup tidak terjadi lagi di masa yang akan datang, serta pengawasan terhadap adanya sticker-sticker; 2). Peralatan dan teknologi perbankan yang dijaga agar tetap *online*.
 - b. Ragam teknologi yang ditawarkan, sejauh ini teknologi perbankan yang ditawarkan Bank BJB relatif sama dengan perbankan lain 2). Ragam teknologi yang mengedepankan biaya penggunaan yang relatif murah bagi nasabah misalnya biaya

-
- SMS banking dari Rp. 1.000,- untuk satu paket pelayanan bisa menjadi Rp.300,-; 2). Teknologi untuk akses internet pada area lingkungan pada setiap kantor pelayanan Bank BJB (*hot spot*)
- c. Teknologi tepat guna, teknologi yang tepat guna dan mendukung misal teknologi sentuh (*touch*) Bank BJB Card dan atau teknologi identifikasi sidik jari nasabah sebagai pengaman tambahan (dengan catatan tersedia teknologinya).
 - d. Teknologi yang mudah dipergunakan, teknologi yang dimiliki dan dioperasikan untuk kepentingan nasabah Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung sudah cukup mudah dan ke depan perlu diperhatikan lagi petunjuk operasi teknologi yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh semua nasabah, sehingga siapa saja dapat dengan mudah mengoperasikan teknologi tersebut berdasarkan petunjuk yang ada, misal petunjuk operasi debit, ATM, SMS dan Internet dengan segala fasilitas didalamnya.
3. Hal ketiga yang paling penting untuk ditingkatkan adalah implikasi manajerial berhubungan dengan dampak strategis atas kompetensi sumber daya manusia terhadap kepuasan nasabah. Untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung, maka yang harus senantiasa ditingkatkan, yaitu :
- a. Kompetensi karyawan dari nasabah Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung dapat mendorong berkembangnya pendekatan negosiasi yang berorientasi pelanggan pada setiap karyawannya, sehingga setiap solusi dan pilihan produk yang ditawarkan oleh karyawan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah, misalnya 1). adanya petugas yang melakukan kontak langsung dengan nasabah secara berkala dengan maksud menampung masukan dari nasabah; 2). Secara institusi melakukan survei kepuasan nasabah. 3). Melakukan analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*).
 - b. Kompetensi karyawan tentang Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung dapat mendorong berkembangnya pendekatan *Working Smart* pada setiap karyawannya, sehingga secara cerdas mereka dapat mengembangkan prosedur teknis operasional dan birokrasi yang lebih mudah dipahami dan cepat yang memuaskan nasabah, misalnya pengetahuan prosedur standar untuk proses pengurusan kartu ATM antara petugas satu dengan yang lain berbeda, misal ada yang menyebutkan 7 hari sampai 20 hari dan petugas lain menyebutkan 20 hari.
 - c. Kompetensi karyawan untuk nasabah pihak bank harus merancang sebuah sistem pelatihan dan pengembangan secara berkala dan rutin baik kemampuan yang bersifat teknis dan sosial yang ditujukan untuk memuaskan nasabah, misalnya produk kredit yang tepat dengan memberikan analisis kredit dan *appraisal* sehingga nasabah lebih paham sebelum mengambil keputusan.
 - d. Kompetensi karyawan tentang nasabah, dapat dikembangkan sebuah aktivitas penelitian secara rutin seperti melakukan kontak langsung kepada nasabah melalui telepon, internet dan SMS; mengembangkan pemahaman dengan lebih banyak bertanya dan bersedia mendengar tentang nasabah; dan mengembangkan bersikap dan perilaku sebagai nasabah sehingga karyawan dapat dengan tepat memberikan saran dan

solusi.

4. Hal keempat yang paling penting untuk ditingkatkan adalah implikasi manajerial berhubungan dengan dampak strategis atas kepuasan nasabah terhadap perilaku nasabah berdasarkan kinerja pelayanan. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung, maka yang harus senantiasa ditingkatkan, yaitu :
 - a. Rasa ingin berlama-lama di bank seperti 1). ruang pelayanan dan tunggu yang lebih luas, sehingga tidak menimbulkan kesan sempit saat berada di dalam bank; 2). tersedia fasilitas minum gratis bagi para nasabah; 3). Tersedia fasilitas ruangan khusus bagi nasabah yang hendak melakukan transaksi atau berbisnis dengan nasabah lain di dalam lingkungan bank;
 - b. Rasa bebas memilih produk perbankan yang dianjurkan 1). Terus berinovasi mengembangkan produk-produk perbankan baik dengan mengembangkan produk yang benar-benar baru (fasilitas ATM keliling), produk baru bagi perusahaan tetapi tidak bagi pasar (misalnya mobil pelayanan keliling) dan atau produk tiruan (debit); 2). Mengembangkan sikap yang jauh dari setengah hati dalam melayani dan terpenting tidak mendikte nasabah sehingga akan menimbulkan ketidakpuasan dan perilaku negatif saat memilih produk kredit bank BJB dan tabungan.
 - c. Rasa aman dan privasi dalam pelayanan, Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung harus secara tegas merahasiakan nama dan jumlah rekening nasabah lain pada praktek negosiasi (*closing*) dengan metode rujukan pihak lain, sehingga privasi menjadi prioritas yang harus terjaga; misalnya ruangan bagi pelayanan nasabah kredit seharusnya pada ruangan yang tertutup / privasi berada di tempat / ruangan yang terbuka (hanya dibatasi sekat kayu).
 - d. Rasa senang akan keramahan dan kompetensi karyawan bank Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung harus menekankan Karyawan *front office* dan *marketing* dengan standar kerja keramahan yaitu saat awal melayani dan akhir melayani nasabah misal sikap dan tindakan berdiri dari tempat duduk ketika menyambut nasabah dan berdiri saat mengakhiri pelayanan dengan nasabah serta salam dan senyum yang ramah. Jika karyawan lupa menerapkan standar kerja tersebut maka nasabah berhak atas souvenir dari pihak Bank BJB.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh *banking service quality* terhadap kepuasan serta implikasinya pada *customer engagement* nasabah di Bank Jawa Barat (BJB) Kacab Tamansari dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Banking service quality* pada BJB Kantor Cabang Tamansari yang diukur dengan dimensi *effectiveness and assurance, access, price, tangible, service portofolio*, dan *reliability* menurut sebagian besar nasabah diinterpretasikan berada pada kategori baik. Apabila dibandingkan antara *sub* variabel, maka *sub* variabel *service portofolio* memberikan

gambaran yang paling baik, sedangkan *sub* variabel *reliability* memberikan gambaran yang paling rendah.

2. Kepuasan nasabah menurut sebagian besar nasabah diinterpretasikan berada pada kategori baik. Beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan walaupun secara umum nasabah cenderung puas, yaitu mengenai kehandalan karyawan dalam memberikan pelayanan, dan kompetensi dan tingkat respon yang baik dari karyawan, serta faktor keamanan.
3. *Customer engagement* menurut sebagian besar nasabah diinterpretasikan berada pada kategori baik. Beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan walaupun secara umum *customer engagement* cenderung tinggi, yaitu mengenai Bank Jawa Barat (BJB) Kacab Tamansari merupakan bank yang terbaik, dan Bank Jawa Barat (BJB) Kacab Tamansari menjadi bank pilihan dalam melakukan transaksi perbankan.
4. Besarnya pengaruh *banking service quality* (*effectiveness and assurance, access, price, tangible, service portofolio, dan reliability*) terhadap kepuasan nasabah di Bank Jawa Barat (BJB) Kacab Tamansari baik secara parsial maupun simultan, yaitu sebagai berikut:
 - a. Secara parsial seluruh *sub* variabel secara keseluruhan menunjukkan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Di mana *sub* variabel *price* memberikan kontribusi sebesar 18,58%, *sub* variabel *effectiveness and assurance* memberi kontribusi sebesar 14,33%, *sub* variabel *service portofolio* memberi kontribusi sebesar 12,44%, *sub* variabel *reliability* memberi kontribusi sebesar 12,29%, *sub* variabel *access* memberi kontribusi sebesar 10,68%, dan *sub* variabel *tangible* memberikan kontribusi sebesar 9,57%.
 - b. Secara simultan pengaruh *banking service quality* terhadap kepuasan nasabah menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 77,89%, sedangkan sisanya merupakan error (ϵ) sebesar 0.470 atau 22,11%.
5. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap *customer engagement* di Bank Jawa Barat (BJB) Kacab Tamansari sebesar 79,38%.
6. Pengaruh tidak langsung *banking service quality* terhadap *customer engagement* melalui kepuasan nasabah adalah sebesar 87,88%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung *banking service quality* terhadap *customer engagement* melalui kepuasan nasabah lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsungnya.

Saran

1. *Banking service quality* di Bank Jabar Banten (BJB) Kacab Tamansari yang diukur dengan dimensi *effectiveness and assurance, access, price, tangible, service portofolio, dan reliability* diinterpretasikan dalam kriteria cukup baik, namun terdapat beberapa perbaikan yang dapat dilakukan, yaitu :
 - a. Fasilitas fisik, sarana parkir sebaiknya diperluas dan menyempurnakan sistem dan

prosedur pelayanan yang didukung oleh sistem komputerisasi yang telah menjadi *online system*. Dibutuhkan sikap konsistensi bagi para *frontliners* (*teller*, *CSO*, dan *satpam*) dalam melayani nasabah.

- b. Menambah jumlah *teller*, dengan *improvement* proses di *teller* untuk memperpendek waktu pelayanan, mendesain ulang sistem antrian dengan menerapkan pemisahan *counter* untuk transaksi tertentu, dan melengkapi *head teller* dengan *beeper* atau alat komunikasi yang dapat memberikan sinyal dan menunjukan *teller* mana yang membutuhkan *override*.
 - c. Peningkatan *product knowledge* bagi *customer service*, sehingga dapat melaksanakan *cross selling product* dan dapat meningkatkan *profit* serta memperpendek waktu pelayanan dengan menambah *stand teller* dalam tiap kantor sehingga dapat meningkatkan efisiensi biaya, waktu, tenaga.
 - d. Memastikan seragam karyawan selalu kelihatan rapih, karena mewakili citra pelayanan, *positioning*, dan memberikan kesan yang baik di mata nasabah. Di samping itu, seragam mempermudah nasabah untuk mengenali dan membedakan bidang pekerjaan.
 - e. Bank Jabar Banten (BJB) Kacab Tamansari dapat mengoptimalkan penggunaan *hardware* yang mutakhir, disesuaikan dengan kegunaannya, yaitu saran internet (*lan*), *extranet*, *internet*, serta *online system* dengan pihak perbankan lainnya dalam penyetoran, transfer, maupun pengambilan dana.
2. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah dilakukan dengan cara, yaitu menyesuaikan tingkat bunga simpanan tabungan yang diberikan kepada nasabah dengan tingkat bunga yang diberikan oleh bank pesaing, meningkatkan citra dengan memberikan pelayanan yang unggul kepada setiap nasabah, dan memperpendek waktu pelayanan dengan menambah *stand teller*.
 3. Melakukan pengembangan loyalitas nasabah, upaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah perlu difokuskan pada sisi *value treatment* yang secara teknis program tersebut dapat diimplementasikan ke dalam beberapa kegiatan yang erat kaitannya dengan *customer relationship*, diantaranya berupa pemberian perlakuan khusus kepada nasabah tertentu yang dapat menciptakan *customer profitability* dan melaksanakan *event* dalam bentuk *customer gathering* secara periodik.
 4. *Banking service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan demikian Bank Jabar Banten (BJB) Kacab Tamansari harus meningkatkan *banking service quality* dengan memperhatikan lebih seksama faktor *effectiveness and assurance*, *access*, *price*, *tangible*, *service portfolio*, dan *reliability*.
 5. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap *customer engagement*, dengan demikian kepuasan yang diterima oleh nasabah harus selalu diperhatikan dalam hal pelayanan perbankan yang diberikan.

-
6. Perlu dilakukan penelitian-penelitian lebih lanjut mengenai keterikatan pelanggan terhadap sumber daya manusia begitu juga eksplorasi mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi *engagement* ditengah persaingan bisnis yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Morris, M.H., Kuratko, D.F., and Covin, J.G. (2008). *Corporate entrepreneurship & innovation (2nd ed)*. Mason, OH: Thomson South-Western.
- Venkatapathy, R.. (1992). *Entrepreneurial attitude orientation among first and second generation entrepreneurs*. Paper presented to the nation workshop on Management Research Development held under the auspices of the association of Indian management school, Indira Gandhi Institute for development research.
- Brunaker, S., dan Kurvinen, J. (2006). *Intrapreneurship, local initiatives in organizational change processes*. Leadership & Organization Development Journal, Vol. 27 (2), 118-132.
- Kang, M.. (2009). *Retail therapy: a qualitative investigation and scale development*. Dissertation, Faculty of The Graduate School of The University of Minnesota
- Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, 2003. *Panduan Penulisan Manajemen Ilmiah*[Online] (di update 16 Jan 2005) Tersedia di: <http://www.perpusnas.go.id/we/article> [Diakses pada tanggal 10 April 2011].