
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT
INDONESIA (Persero), Tbk., CABANG BERASTAGI**

Stevani Agnes Tasya, Rasmulia Sembiring, Kristanty Marina Natalia Nadapdap
Universitas Methodist Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah PT. BRI (Persero), Tbk., Cabang Berastagi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikat adalah peningkatan jumlah nasabah. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan pembahasan hasil penelitian disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Berastagi. Perubahan peningkatan jumlah nasabah dapat dijelaskan oleh perubahan variabel kualitas pelayanan sebesar 78,70 %, sedangkan sisanya 21,30 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan; Peningkatan jumlah nasabah

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis dan usaha akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi yaitu pertama *tangible* (bukti fisik) adalah bukti konkret suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari kenyamanan tempat melakukan pelayanan. Kedua *reliability* (kehandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecermatan pegawai dalam melayani nasabah, memiliki SOP yang jelas, mampu menggunakan alat bantu pada saat proses pelayanan. Ketiga *responsiveness* (ketanggapan) adalah ketanggapan dalam memberikan pelayanan yang cepat serta cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti seperti merespon setiap nasabah yang akan mendapatkan pelayanan. Keempat *assurance* (asuransi) adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap karyawan seperti pegawai memberikan jaminan tepat waktu dalam melayani nasabah. Kelima *emphaty* (ketulusan) adalah sikap perhatian yang tulus kepada pelanggan seperti mendahulukan kepentingan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank BRI Cabang Brastagi, dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada para nasabah.

TELAAH PUSTAKA

Menurut Assauri (2015) bahwa manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran/transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang. Pengertian bank menurut

Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2012), kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan atau perusahaan asuransi (Meity, 2011).

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2016), teknik *probability sampling* yang dipakai adalah teknik cluster sampling, yaitu teknik sampling yang diambil berdasarkan daerah populasi yang ditetapkan dikarenakan obyek yang diteliti atau sumber data sangat luas. Sampel atau responden pada penelitian ini sebanyak 76 orang dengan menggunakan kuesioner sebagai alat mengumpulkan data.

HASIL

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Berastagi, terlebih dahulu dilakukan uji keabsahan (validitas) dan kehandalan (reliabilitas) terhadap semua pernyataan.

Validitas menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur itu mengukur apakah sesuai dengan standar yang ditetapkan atau mengukur apakah sesuai dengan yang diukur. Untuk mengukur validitas kuesioner dilakukan dengan metode korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu hasil dari seluruh kuesioner yang berupa skor dikorelasikan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dari penjumlahan semua skor pertanyaan.

Indikator kualitas pelayanan terdiri dari 30 (tiga puluh) pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada 76 responden untuk dijawab sesuai dengan pengetahuan responden. Setelah dilakukan pengecekan terhadap kuesioner yang masuk dan dilakukan penghitungan dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan jumlah skor, maka kuesioner tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari 30 pernyataan seluruhnya dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} yang dimiliki tiap butirnya lebih besar dari r_{tabel} (0,227). Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh opsi jawaban dari responden dinyatakan valid. Artinya bahwa keseluruhan pernyataan yang diberikan kepada responden sudah cukup tepat untuk mengukur variabel kualitas pelayanan.

Indikator peningkatan jumlah nasabah terdiri dari 8 (delapan) pernyataan dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada 76 responden untuk dijawab sesuai dengan pengetahuan responden. Setelah dilakukan pengecekan terhadap kuesioner yang masuk dan dilakukan penghitungan dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan jumlah skor, maka kuesioner tentang peningkatan jumlah nasabah yang terdiri dari 8 pernyataan seluruhnya dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} yang dimiliki tiap butirnya lebih besar dari r_{tabel} (0,227). Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh opsi jawaban dari responden dinyatakan valid. Artinya bahwa keseluruhan pernyataan yang

diberikan kepada responden sudah cukup tepat untuk mengukur variabel peningkatan jumlah nasabah.

Dalam penelitian ini digunakan acuan $\alpha \geq 0,6$ sebagai kriteria alat ukur yang digunakan adalah baik (andal). Perhitungan keandalan alat ukur digunakan dengan menggunakan alat bantu program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 23.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,860	0,600	Reliabel
Peningkatan Jumlah Nasabah	0,730	0,600	Reliabel

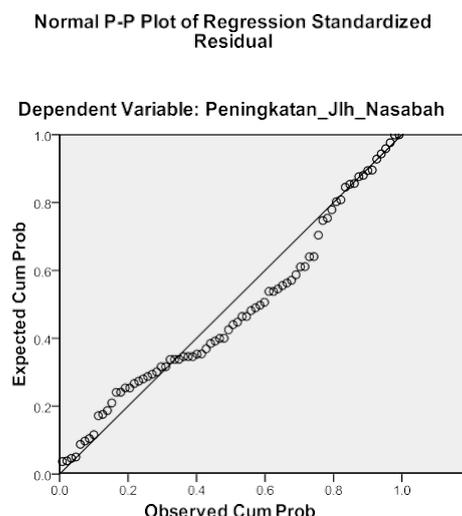
Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas didapat nilai *Cronbach's Alpha* untuk nilai koefisien reliabilitas instrumen penelitian berada di atas 0,600. Artinya, hasil tersebut menunjukkan memiliki nilai "*Cronbach Alpha*" lebih besar dari 0,600, yang berarti seluruh variabel penelitian dinyatakan *reliable* atau memenuhi persyaratan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot terhadap residual error model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.



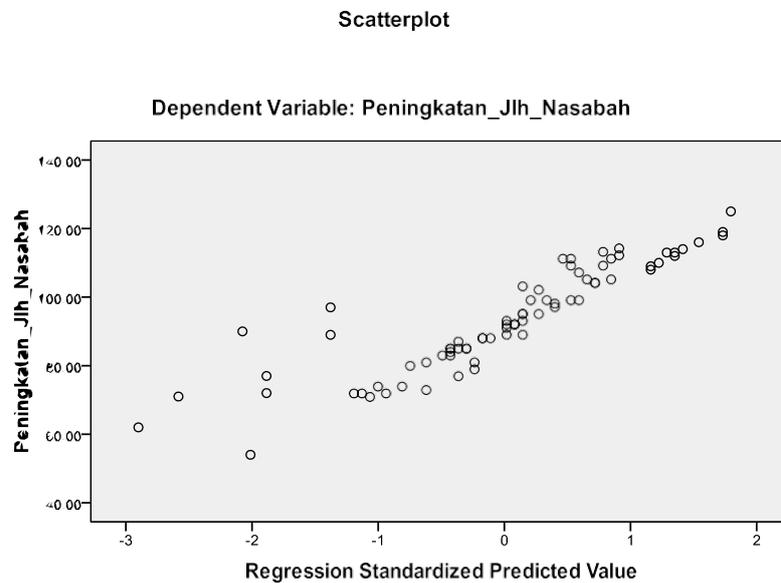
Gambar 1. Uji Normalitas Data

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh

dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengolahan data, uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas tidak terlihat ada pola tertentu, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka **tidak terjadi heteroskedastisitas**.

Uji Hipotesis

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan *SPSS 23.0 for windows*. Analisis masing-masing variabel dijelaskan dalam uraian berikut:

Tabel 2. Hasil Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.617	4.575		4.070	.000
	Kualitas_Pelayanan	.856	.051	.889	16.669	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan_Jlh_Nasabah

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas dapat dirumuskan suatu persamaan regresi untuk peningkatan jumlah nasabah sebagai berikut:

$$Y = 18,617 + 0,856 X$$

Keterangan:

Y = Peningkatan jumlah nasabah

X = Kualitas pelayanan

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier sederhana menunjukkan bahwa koefisien X (kualitas pelayanan) sebesar 0,856 yang menunjukkan hubungan positif terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y), artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka peningkatan jumlah nasabah naik sebesar 0,856 satuan.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas pelayanan secara signifikan mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Berastagi, dengan demikian maka hipotesis **diterima**.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur sejauh mana kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R^2 adalah antara 1 – 0. Nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variasi variabel terikat terbatas. Jika nilai mendekati satu, berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

Nilai yang dipergunakan dalam melihat koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah pada kolom *adjusted R square*. Hal tersebut dikarenakan nilai *adjusted R square* tidak rentan pada penambahan variabel bebas. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.889 ^a	.790	.787	7.00683	1.945

a. Predictors: (Constant), Kualitas_pelayanan

b. Dependent Variable: Peningkatan_jumlah_nasabah

Sumber : Data Diolah

Besarnya nilai pengaruh tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,790 atau 79,90 % yaitu persentase pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y) adalah sebesar 79,90 %. Sedangkan sisanya sebesar 20,10 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang

Berastagi dengan nilai t-hitung sebesar 16,669 lebih besar dari t-tabel (1,649).

2. Perubahan peningkatan jumlah nasabah dapat dijelaskan oleh perubahan variabel kualitas pelayanan sebesar 78,70 %, sedangkan sisanya 21,30 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis yang diambil, maka penulis mengajukan beberapa saran, antara lain :

1. Dilihat dari hasil penelitian, maka karyawan PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Berastagi harus meningkatkan kualitas pelayanan karena masih tergolong sedang, sehingga pihak manajemen dapat meningkatkannya menjadi kategori tinggi dan sangat tinggi.
2. Bagi perusahaan PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Berastagi, peningkatan jumlah nasabah sudah tergolong tinggi, tetapi masih dapat ditingkatkan menjadi kategori sangat tinggi.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan nilai R square sebesar 0,787 berarti baru diketahui 78,70 % yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah, dilihat dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Sisanya 21,30% masih banyak di pengaruhi oleh faktor lain. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan variabel lain yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2015. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Cetakan ke-1. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Chandra, Gregorius, 2005, *Strategi dan Program Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Meity Taqdir Qodratillah, dkk, 2011. *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kotler, P. & Keller, K. 2012. *Marketing Manajemen*. 14th Edition. Jakarta: Pearson Prentice Hall.
- Manalu, T. R., Winarto, W., & Nadapdap, K. M. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Orindo Alam Ayu Medan. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 5(1), 57-66.
- Sinambela, D. R., Winarto, W., & Panjaitan, M. (2019). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Prima Motor Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 5(1), 67-74.
- Sugiyono 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Winarto, W. (2017). Persepsi Kualitas Layanan Warung Internet di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 3(2), 107-11