

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN INTI DAN KUALITAS LAYANAN
PERIFERAL DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH
BANK OCBC NISP CABANG KATAMSO SEMARANG**

Yohana Inge Ade Sucipta

Abstract

Conditions of intense competition among banks to compete in the world of banking products and services offered. However, many products and services offered to customers of these banks do not necessarily match what the customer expected. The gap between the expectations of the product or service provided to customers who called with dissatisfaction and often lead to complaints that followed a reluctance to get back in touch with the bank. This study aims to prove the influence of core service quality and peripheral service quality in enhancing customer satisfaction Bank OCBC NISP branch Katamso Semarang.

Issue the proposed research to analyze the influence of core service quality and peripheral service quality to customer satisfaction either partially or jointly. To prove the existence of these linkages on the proposed regression models. The research sample was 100 respondents who are customers of Bank OCBC NISP branch Katamso Semarang.

The results of the regression analysis met the criteria goodness of fit index, where the rate coefficient of determination (Adjusted R Square) of 0.835. This means that the variable quality of core services (X1), and peripheral service quality (X2) has a contribution of 83.50% in explaining customer satisfaction (Y). While other factors that influence customer satisfaction has a contribution of $(100\% - 83.50\%) = 16.50\%$.

These results indicate that there is influence of the core service quality and peripheral service quality to customer satisfaction Bank OCBC NISP branch Semarang Katamso either partially or jointly.

Key words : *quality of core service , peripheral service quality , customer satisfaction*

LATAR BELAKANG MASALAH

Persaingan di dunia perbankan untuk memperebutkan nasabah saat ini kian ketat. Berbagai pendekatan untuk berebut dana dari masyarakat baik melalui peningkatan sarana dan prasarana berfasilitas teknologi tinggi maupun dengan pengembangan sumber daya manusia agar mampu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah telah dilakukan. Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada nasabah yang

dilakukan oleh masing-masing bank telah menempatkan nasabah sebagai pengambil keputusan. Semakin banyaknya bank yang beroperasi dengan berbagai fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan, membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya.

Banyaknya produk dan jasa yang ditawarkan bank kepada nasabah tersebut tidak serta merta sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Kesenjangan antara harapan dengan produk atau layanan yang

diberikan kepada nasabah seringkali menimbulkan komplain atau keluhan yang diikuti dengan keengganan untuk kembali berhubungan dengan pihak bank.

Salah satu perusahaan perbankan yang berada di kota Semarang adalah Bank OCBC NISP. Sebagai bank swasta berskala nasional maka Bank OCBC NISP telah membuka 9 kantor Cabang di Semarang, salah satunya sebagai kantor pusat adalah Bank OCBC NISP Cabang Katamso Semarang. Dalam aktivitas perbankan yang dilakukannya pun, juga tidak luput dari komplain nasabah pengguna produk dan layanan perbankan yang ditawarkan. Dalam kurun waktu tahun 2009 sampai dengan 2011 terdapat peningkatan jumlah komplain.

Jumlah komplain yang meningkat tersebut tentunya menjadikan nasabah yang mengalami ketidakpuasan cenderung enggan untuk berinvestasi kembali di Bank OCBC NISP, minat untuk terus menikmati layanan dan mengikuti rangkaian program promosi pun akan lebih sulit dirasakan bila dibandingkan dengan sebelum nasabah mengalami ketidakpuasan.

Salah satu strategi yang harus dilakukan Bank OCBC NISP untuk meningkatkan minat menabung nasabah adalah memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dengan cara survey

nasabah Bank OCBC NISP untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabahnya.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Inti dan Kualitas Layanan Periferal dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank OCBC NISP Cabang Katamso Semarang”.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka pertanyaan penelitiannya adalah :

1. Adakah pengaruh kualitas layanan inti terhadap kepuasan nasabah?
2. Adakah pengaruh kualitas layanan periferal terhadap kepuasan nasabah?
3. Adakah pengaruh kualitas layanan inti dan kualitas layanan periferal secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah?

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, diantaranya adalah Tse dan Wilton (1988) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya. Sedangkan 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. Sedikit berbeda dari kedua pendapat sebelumnya, 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.

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan nasabah merupakan perbedaan atau kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pembelian. Pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau organisasi, maka merekalah yang dapat menentukan kualitasnya dan mereka dapat menyampaikan apa dan bagaimana

kebutuhan mereka. Setiap orang dalam perusahaan harus memiliki pengetahuan tentang nasabah internal dan eksternal untuk menentukan kebutuhan mereka.

Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Dalam hal ini peranan setiap individu dalam *service encounter* sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk. Bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Apabila kinerja yang ada, berada di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Dan demikian pula sebaliknya, bila kinerja berada di atas harapan, maka konsumen akan sangat puas (Gretel Griselda, 2007).

Kualitas Layanan

Pengertian kualitas menurut Edvardson (1988, dalam Gretel Griselda, 2007) adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Untuk itu perusahaan harus dapat mengerti konsumennya dan bagaimana mendefinisikan keinginan konsumen tersebut dengan benar.

Kualitas layanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Nasabah tentunya memiliki harapan akan layanan yang berkualitas. Layanan

yang berkualitas adalah layanan yang secara ekonomis menguntungkan dan secara prosedural mudah serta menyenangkan. Berawal dari kebutuhan itu, kemudian nasabah memperoleh layanan atas suatu kebutuhannya. Layanan yang diterima nasabah akan dipersepsikan sebagai baik, standar, atau buruk.

Parasuraman et.al. (1985, p. 41) mendefinisikan kualitas layanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili kinerja suatu jasa, yaitu perbandingan terhadap keterandalan dalam *service counter* yang dilakukan konsumen.

Dikemukakan juga adanya 5 dimensi dalam kualitas jasa, yaitu :

1. Keandalan (*reliability*)
Kemampuan untuk menyelenggarakan jasa yang akan diandalkan, akurat dan konsisten.
2. Daya tanggap (*responsiveness*)
Kemampuan untuk membantu atau melayani konsumen dengan cepat.
3. Jaminan (*assurance*)
Mencakup pengetahuan, kesopanan dan pelayanan dari karyawan serta kemampuannya untuk membangun kepercayaan dan keyakinan bagi konsumen.
4. Empati (*emphaty*)
Memberikan perhatian dan peduli kepada konsumen
5. Wujud (*tangibles*)

Penampilan atau keberadaan dari fasilitas fisik, peralatan, personil dan material komunikasi yang digunakan untuk menghasilkan jasa. Dalam dunia perbankan hal ini dapat dilihat melalui kondisi seperti ruang ATM dan penampilan karyawan.

Kualitas Layanan Inti

Kata inti, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990) adalah bagian yang utama, yang penting peranannya dalam suatu proses atau pelaksanaan kerja. Layanan inti adalah layanan utama yang secara langsung diberikan dari perusahaan kepada pelanggan melalui para petugas layanan. Kualitas layanan inti merupakan tingkat respon atau pernyataan nasabah terhadap pelayanan jasa yang diterimanya.

Berdasarkan dari lima dimensi kualitas jasa yang ada, maka yang tergolong dalam layanan inti adalah dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dimana dari keempat dimensi tersebut mengandung unsur yang terdapat dalam layanan langsung dari petugas bank. Indikator kualitas layanan inti antara lain petugas *front liner* yang terdiri dari *Customer Service, Teller*, dan satpam yang mempunyai sikap yang sopan dan ramah serta pengetahuan yang memadai. Selain itu kesigapan dan penampilan serta daya tanggap dari masing-masing fungsi

petugas *front liner* tersebut juga menentukan ukuran kualitas layanan inti.

Kualitas Layanan Periferal

Periferal berasal dari kata periferi yang artinya lingkungan sekitar suatu benda. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1990). Layanan periferal adalah layanan yang menjadi faktor pendukung dari layanan utama yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Kualitas layanan periferal merupakan bukti fisik dari fasilitas yang diberikan yang memberikan jaminan terhadap pengguna jasa. Kualitas pelayanan periferal yang dominan adalah ruang interior dan eksterior atau lingkungan, keamanan dan kelengkapan fasilitas. Dimana kualitas periferal adalah sarana pendukung atau penunjang proses terjadinya pelayanan perbankan, misalnya kebersihan, kerapian, kenyamanan keamanan lingkungan itu sendiri dan kemudahan mendapati fasilitas mesin ATM.

Menurut Lehtinen dan Lehtinen's (1991) kualitas fisik menjadi salah satu dimensi dalam mendukung kualitas dari suatu jasa. Sebagai contoh dalam sebuah restoran didukung oleh dekorasi, interior yang merupakan lingkungan fisik. Selain itu juga peralatan yang digunakan, misal ketersediaan piring, garpu, dan lain-lain.

Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan hipotesis mengenai hubungan antara variabel kualitas layanan inti dan periferal dengan kepuasan nasabah, maka berikut ini adalah model empirik penelitiannya :

Gambar 1
Model Empirik



Sumber : dikembangkan untuk penelitian ini, 2012

H1 : Kualitas layanan inti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H2 : Kualitas layanan periferal berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

METODE PENELITIAN

Populasi adalah kumpulan individu atau obyek yang memiliki kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri-ciri tersebut, populasi dapat diartikan sebagai kumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat

beberapa kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank OCBC NISP cabang Katamso Semarang. Penelitian dilakukan di Bank OCBC NISP Cabang Katamso Semarang. Dengan menggunakan metode *random sampling*, dimana setiap nasabah mempunyai kesempatan yang sama untuk dimasukkan sebagai sampel.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebesar 100 orang. Untuk keperluan penelitian ini, teknik pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling* dan *accidental sampling*. *Purposive sampling* adalah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga sampel tersebut benar-benar mencerminkan ciri-ciri dari populasi yang sudah dikenal sebelumnya. Adapun ciri-ciri responden yang dijadikan sampel ini adalah : sudah menjadi nasabah tabungan di Bank OCBC NISP minimal 1 tahun, sehingga bisa merasakan kepuasan atas layanan. Sedangkan *accidental sampling* dilakukan sampel dengan secara kebetulan, yaitu nasabah Bank OCBC NISP yang kebetulan menggunakan jasa dan cocok dijadikan sampel.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer berupa kuesioner yaitu suatu metode pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden. Sedangkan data

sekunder adalah data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan masalah penelitian, berasal dari buku-buku, literatur serta bacaan lain yang berkaitan dengan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas responden menurut pendidikan terakhir menunjukkan sebagian besar adalah Sarjana (S1) sebanyak 61 orang (61,0%), responden yang berpendidikan SMA sebanyak 33 orang (33,0%) dan responden yang berpendidikan Diploma sebanyak 6 orang (6,0%). mayoritas responden menurut masa lamanya menjadi nasabah kurang dari 5 tahun sebanyak 76 orang (76%), dan responden yang masa lamanya menjadi nasabah 5 – 10 tahun sebanyak 24 orang (24%).

Berdasarkan hasil jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada para responden terhadap variabel-variabel yang diteliti, dapat diketahui persepsi nasabah dan prosentasenya dalam menanggapi indikator-indikator yang berkaitan dengan kualitas layanan inti dan kualitas layanan periferal dan kepuasan nasabah.

Kategori jawaban responden mulai angka 1 hingga 10, maka angka indeks yang dihasilkan akan berangkat dari angka 10 hingga 100 dengan rentang sebesar 90, tanpa angka 0. Dengan menggunakan

kriteria tiga kotak (*Three-box Method*) maka rentang sebesar 90 dibagi tiga akan menghasilkan rentang sebesar 30 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks yaitu sebagai berikut : (Augusty Ferdinand, 2011)

- 10,00 – 40 = rendah
- 40,01 – 70 = sedang
- 70,01 - 100 = tinggi

Tanggapan responden tentang indikator-indikator variabel Kualitas Layanan Inti (X_1) secara keseluruhan termasuk dalam kategori tinggi dengan melihat nilai indeks rata-rata sebesar 80,6. Nilai rata-rata jawaban tertinggi ada pada sikap teller yang secara konsisten mengkonfirmasi kepada nasabah kesesuaian nominal yang akan ditransaksikan. Hal ini baik karena Bank OCBC NISP menerapkan prinsip *zero defect* atau transaksi yang tidak mengenal kesalahan. Ketika *teller* mengkonfirmasi nominal dana yang akan ditransaksikan maka nasabah juga bertanggung jawab atas transaksi yang dilakukannya, sehingga apabila terjadi kesalahan bukan semata-mata dari pihak bank sebagai media pelaksana transaksi namun juga nasabah sebagai pelaku transaksi.

Nilai tertinggi untuk transaksi *teller* dalam hal konfirmasi kesesuaian nominal tidak menjadikan nasabah puas terhadap semua transaksi yang dilakukan di *teller*, karena nilai terendah yaitu 71,5

juga terdapat dalam kriteria kecepatan bertransaksi. Meskipun dari skala masih tergolong tinggi namun hal ini perlu diwaspadai berkaitan dengan lamanya proses transaksi yang dilakukan di *teller*.

Tanggapan responden tentang indikator-indikator variabel Kualitas Layanan Periferal (X_2) secara keseluruhan termasuk dalam kategori tinggi dengan melihat nilai indeks rata-rata sebesar 76,6. Namun untuk nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator kemudahan mendapati mesin ATM yaitu sebesar 67,4 yang membuat Bank OCBC NISP perlu memperbaiki fasilitas transaksinya.

Jumlah mesin ATM perlu menjadi perhatian bagi pihak bank karena hal ini juga akan memberikan dampak yang cukup besar bagi banyaknya antrian di *teller*, karena dengan maksimalisasi fungsi mesin ATM akan lebih mudah dan cepat transaksi yang dilakukan.

Tanggapan responden tentang indikator-indikator variabel Kepuasan Nasabah (Y) secara keseluruhan termasuk dalam kategori tinggi dengan melihat nilai indeks rata-rata sebesar 77,2. Namun nasabah masih memiliki rasa kebanggaan bertransaksi di OCBC NISP yang rata-rata lebih kecil bila dibandingkan dengan indikator kepuasan lainnya. Rasa bangga bertransaksi dapat dibentuk dengan berbagai cara antara lain dengan

memberikan citra bank yang baik di mata masyarakat.

Uji Validitas

Analisis validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrumen (Suharsimi Arikunto, 2002). Perhitungan ini dilakukan dengan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Hasil perhitungan pada uji validitas

diperoleh nilai r tabel ($df = n - k = 100 - 2 = 98$) dimana k adalah variabel bebas, dimana dikatakan valid jika r hitung > r tabel. Jika r hitung < r tabel, maka item dikatakan tidak valid/gugur (Ghozali, 2005)

Tabel 1
Pengujian Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Item	r hitung	r tabel (df = 98)	Kriteria
Kualitas Layanan Inti (X ₁)	X _{1_1}	0,865	0,1966	Valid
	X _{1_2}	0,815	0,1966	Valid
	X _{1_3}	0,854	0,1966	Valid
	X _{1_4}	0,893	0,1966	Valid
	X _{1_5}	0,838	0,1966	Valid
	X _{1_6}	0,524	0,1966	Valid
	X _{1_7}	0,851	0,1966	Valid
	X _{1_8}	0,822	0,1966	Valid
	X _{1_9}	0,733	0,1966	Valid
Kualitas Layanan Periferal (X ₂)	X _{2_1}	0,666	0,1966	Valid
	X _{2_2}	0,739	0,1966	Valid
	X _{2_3}	0,800	0,1966	Valid
	X _{2_4}	0,766	0,1966	Valid
	X _{2_5}	0,799	0,1966	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y ₁	0,947	0,1966	Valid
	Y ₂	0,940	0,1966	Valid
	Y ₃	0,787	0,1966	Valid
	Y ₄	0,892	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Validitas pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) di atas karena angka r

hitung > r tabel; maka semua instrumen (item pertanyaan/indikator) dinyatakan

valid, sehingga layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauhmana variabel memberikan hasil yang handal/ajeg, atau dapat dikatakan untuk menunjukkan adanya persesuaian antara sesuatu yang diukur dengan jenis alat pengukur yang dipakai. Dalam pengujian reliabilitas ini

menggunakan rumus alpha Cronbach. Pengambilan keputusan dari uji reliabilitas menurut Imam Ghozali (2005) menyatakan bahwa :

- Apabila nilai alpha Cronbach > 0,6; maka suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel.
- Apabila nilai alpha Cronbach < 0,6; maka suatu konstruk atau variabel dikatakan tidak reliabel

Tabel 2
Reliabilitas Variabel-variabel Penelitian

No.	Variabel	Alpha Hitung	Alpha Cronbach	Kriteria
1	Kualitas Layanan Inti (X ₁)	0,940	0,6	Reliabel
2	Kualitas Layanan Periferal (X ₂)	0,890	0,6	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah (Y)	0,953	0,6	Reliabel

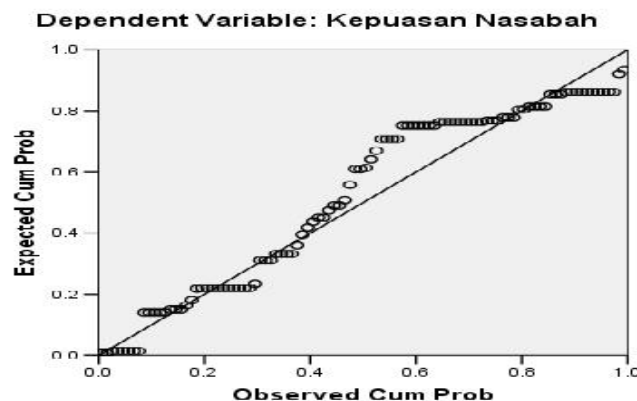
Sumber : Data Primer yang diolah, 2012

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal

ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. (Ghozali, 2005). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada grafik normal p-plot sebagai berikut :

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2
Grafik Normal Plot

Dalam grafik normalitas plot terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi berdistribusi normal sehingga layak untuk menggunakan uji parametrik (uji t) dalam pembahasannya.

Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui adanya gejala multikolinearitas dalam penelitian ini,

maka dapat dilakukan dengan melihat angka tolerance (R^2) dan VIF ($\frac{1}{Tolerance}$). Dimana bila nilai VIF yang diperoleh > 10 berarti terdapat gejala multikolinearitas dan sebaliknya bila diperoleh nilai VIF < 10 berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas (Ghozali, 2005). Hasil output uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan Inti	.128	7.827
	Kualitas Layanan Periferal	.128	7.827

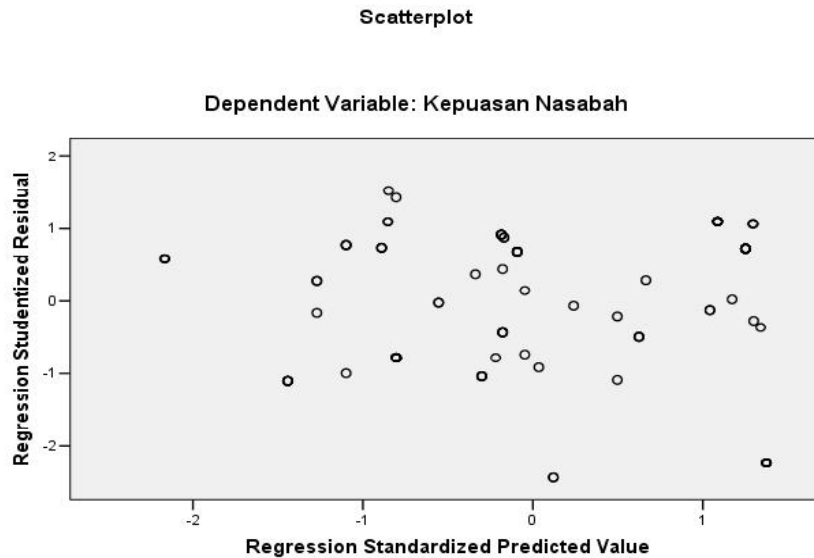
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil yang diperoleh dalam angka VIF ini nilainya yaitu < 10 yaitu VIF untuk variabel kualitas layanan inti sebesar 7,827; dan nilai VIF untuk variabel informasi kualitas layanan periferal sebesar 7,827. Hal ini berarti

tidak terdapat asumsi multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui gangguan heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik plot sebagai berikut :



Gambar 3
Grafik Scatter Plot

Melihat Gambar 3 di atas terlihat tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka *tidak terjadi asumsi heteroskedastisitas*. Hal ini mengindikasikan bahwa penelitian ini tidak terjadi gangguan asumsi heteroskedastisitas, sehingga penelitian ini dapat dibuktikan kebenarannya secara ilmiah.

Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel bebas antara lain : kualitas layanan inti (X_1) dan kualitas layanan perifer (X_2) terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat pada output sebagai berikut :

Tabel 4
Regresi Linier Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.378	1.652		.834	.406
	Kualitas Layanan Inti	.211	.061	.399	3.490	.001
	Kualitas Layanan Periferal	.442	.095	.531	4.647	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dilihat dari hasil pengujian dengan SPSS pada Tabel 4 di atas, maka persamaan garis linier berganda (yang dilihat dari koefisien standar atau *standardized coefficients*) didapatkan :

$$Y = 0,399 X_1 + 0,531 X_2$$

Keterangan :

Y = variabel terikat (kepuasan nasabah)

$b_1 - b_2$ = koefisien regresi

X_1 = variabel bebas (kualitas layanan inti)

X_2 = variabel bebas (kualitas layanan periferal)

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Koefisien regresi variabel kualitas layanan inti (b_1) terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,399 (positif) artinya apabila kualitas layanan inti semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas layanan periferal (b_2) terhadap

terhadap meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,531 (positif) artinya apabila semakin baik kualitas layanan periferal, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Pengujian Hipotesis dengan uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (kualitas layanan inti dan kualitas layanan periferal) secara individu (parsial) terhadap kepuasan nasabah.

- a. Pengaruh Kualitas Layanan Inti terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian statistik dengan SPSS didapatkan angka t-hitung antara Kualitas Layanan Inti (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar $3,490 > t$ tabel ($df = n - k = 100 - 2 = 98$; satu sisi, $\alpha=5\%$) sebesar 1,6606 dan nilai probabilitas sebesar 0,001 lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 5% atau 0,05; berarti secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang

positif dan signifikan antara kualitas layanan inti (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Angka signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan inti, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Sebaliknya, semakin rendah kualitas layanan inti, maka semakin rendah pula kepuasan nasabah.

b. Pengaruh Kualitas Layanan Periferal terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian statistik dengan SPSS didapatkan angka t-hitung antara Kualitas Layanan Periferal (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar $4,647 > t$ tabel ($df = n - k = 100 - 2 = 98$; satu sisi, $\alpha=5\%$) sebesar 1,6606 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil

dibandingkan taraf signifikansi 5% atau 0,05; berarti secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Layanan Periferal (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Angka signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan periferal, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Sebaliknya, semakin buruk kualitas layanan periferal, maka semakin rendah pula kepuasan nasabah.

4.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel bebas (X) dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y) dengan output yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5
Output SPSS Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 ^a	.838	.835	2.28993

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Periferal, Kualitas Layanan Inti

Berdasarkan hasil uji regresi didapatkan angka koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,835. Hal

ini berarti bahwa variabel kualitas layanan inti (X_1), dan kualitas layanan periferal (X_2) memiliki kontribusi

sebesar 83,50% dalam menerangkan kepuasan nasabah (Y). Sedangkan faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah memiliki kontribusinya sebesar $(100\% - 83,50\%) = 16,50\%$.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Inti terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan inti terhadap kepuasan nasabah. Angka signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan inti, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Sebaliknya, semakin rendah kualitas layanan inti, maka semakin rendah pula kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa : kualitas layanan inti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, **diterima**.

Hal-hal yang berkaitan dengan kualitas layanan inti yang perlu ditingkatkan oleh Bank OCBC NISP Cabang Katamso Semarang antara lain : petugas bank harus bersikap ramah, sopan, dan bersikap perhatian (*emphaty*) dalam menghadapi keluhan nasabah, *customer service* selaku petugas yang ada di area depan harus mampu memberikan penjelasan dan informasi yang lengkap

dan jelas, *Teller* bank harus bekerja dengan cepat dan teliti dalam melayani nasabah, *Teller* bank harus mengkonfirmasi kesesuaian nominal sebelum ditransaksikan, dan petugas keamanan (Satpam) harus selalu sigap setiap saat dalam menjaga keamanan bank.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gretel Griselda (2007) dan Rachmad Hidayat (2009) dengan hasil penelitian yaitu kualitas layanan inti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Kualitas Layanan Periferal terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan periferal jika dilihat dari pendapat peneliti menurut Lehtinen dan Lehtinen's (1991) dimensi kualitas secara fisik dari suatu pelayanan jasa termasuk dukungan fisik seperti lingkungan fisik sekitar dan peralatan, dan juga produk fisik dijadikan sebagai dimensi nyata. Pendapat ini juga diajukan oleh Parasuraman, Zithaml, dan Berry (1988). Dalam fasilitas fisik yang ada dalam pelayanan perbankan, faktor-faktor *tangible* seperti fasilitas bank, ketersediaan formulir, *banking hall* yang bersih, ruang tunggu yang nyaman menjadi faktor yang mendorong kenyamanan nasabah untuk bertransaksi. Nasabah merasa puas dan senang jika didukung oleh fasilitas yang memadai.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Layanan Periferal terhadap Kepuasan Nasabah. Angka signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan periferal, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Sebaliknya, semakin buruk kualitas layanan periferal, maka semakin rendah pula kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa : kualitas layanan periferal berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, **diterima**.

Hal-hal yang berkaitan dengan kualitas layanan periferal yang perlu ditingkatkan oleh Bank OCBC NISP Cabang Katamso Semarang antara lain : pihak bank harus menambah mesin ATM, formulir transaksi bank diharapkan mudah dipahami nasabah, adanya layanan *sms banking, mobile banking, internet banking, call Center* yang akurat, ruang tunggu yang disediakan pihak bank harus luas dan nyaman untuk digunakan nasabah serta lokasi bank yang strategis dan mudah diakses oleh nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Kesimpulan Hipotesis 1

Hipotesis 1 : Kualitas layanan inti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil pengujian terhadap hipotesis 1 seperti yang telah dilakukan pada Bab IV menunjukkan bahwa kualitas layanan inti sebagai variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan hipotesis ini didasarkan atas hasil analisis yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,490 > t tabel ($df = n - k = 100 - 2 = 98$; satu sisi, $\alpha=5\%$) sebesar 1,6606 dan nilai probabilitas sebesar 0,001 lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa : kualitas layanan inti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, **diterima**.

Kesimpulan Hipotesis 2

Hipotesis 2 : Kualitas layanan periferal berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian terhadap hipotesis 2 seperti yang telah dilakukan pada Bab IV menunjukkan bahwa kualitas layanan periferal sebagai variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan hipotesis ini didasarkan atas hasil analisis yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 4,647 > t tabel ($df = n - k = 100 - 2 = 98$; satu sisi, $\alpha=5\%$) sebesar 1,6606 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil

dibandingkan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa : kualitas layanan periferal berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, **diterima.**

Kesimpulan Masalah Penelitian

Kesimpulan masalah penelitian digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu adakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dan adakah pengaruh kualitas layanan periferal terhadap kepuasan nasabah Bank OCBC NISP Cabang Katamso Semarang.

Sebagaimana yang ditunjukkan dalam kerangka pemikiran penelitian dalam Bab II, penelitian ini mengusulkan agar perusahaan melakukan beberapa hal untuk mempertahankan serta meningkatkan kepuasan nasabah Bank OCBC NISP Cabang Katamso Semarang. Yang pertama adalah dengan meningkatkan kualitas layanan inti. Poin-poin penting yang perlu ditingkatkan ada dalam indikator kualitas layanan inti. Yang kedua adalah perusahaan diharapkan dapat lebih fokus dalam berbagai usaha meningkatkan kualitas layanan periferal sehingga mendukung dalam pelayanan terbaik yang diberikan kepada nasabah Bank OCBC NISP.

Implikasi Teoritis

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara teoritis penelitian

ini mendukung beberapa teori yang telah disampaikan pada bagian awal penelitian. Teori mengenai kepuasan dari Kotler (1997) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah. Hasil penelitian menggambarkan bagaimana tanggapan nasabah sesungguhnya, apa yang mereka harapkan terhadap pelayanan yang diberikan Bank OCBC NISP. Pada pertanyaan terbuka yang dijawab oleh nasabah dapat disimpulkan bahwa masih terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan nasabah. Seperti dalam hal keramahan yang diterima dari petugas bank, nasabah merasa mendapat tanggapan yang kurang mengena ketika menyampaikan keluhan. Transaksi yang diharapkan nasabah lebih cepat, namun yang didapat adalah transaksi yang membutuhkan waktu lama.

Pelayanan yang didapatkan nasabah melalui ketersediaan fasilitas pendukung transaksi seperti kemudahan mendapati mesin ATM, pengisian formulir transaksi, dan kemudahan akses ke lokasi Bank OCBC NISP Cabang Katamso belum dapat melampaui harapan nasabah. Sehingga masih ada porsi ketidakpuasan yang dialami nasabah. Sebagaimana dalam Gretel Griselda (2007) yang menyebutkan

apabila kinerja yang ada, berada di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Dan demikian pula sebaliknya, bila kinerja berada di atas harapan, maka konsumen akan sangat puas.

Teori lainnya dari Kotler dan Amstrong (2006) mengenai kualitas memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja suatu produk atau jasa, sehingga berhubungan erat dengan kepuasan konsumen juga terbukti melalui hasil dari penelitian ini. Dalam pertanyaan terbuka mengenai apa yang membedakan pelayanan yang diberikan Bank OCBC NISP Cabang Katamso dengan bank lain dapat pula digunakan sebagai “*driver*” untuk meningkatkan kualitas jasa (Zeithaml et al, 1988) yang artinya faktor-faktor pembeda seperti standard pelayanan yang berbeda, kesopanan dan keramahan petugas, serta ketertiban antrian menjadi acuan dalam peningkatan kualitas jasa yang menjadi ciri khas milik Bank OCBC NISP Cabang Katamso Semarang.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis-hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Penelitian ini mendukung teori atau hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan inti dan kualitas layanan periferan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini juga merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya

yang telah dilakukan oleh Hasan (2006), Gretel Griselda (2007), Riliana Oktavianti (2009) dan Rachmad Hidayat (2009).

Implikasi Kebijakan

Penelitian ini berhasil memperoleh bukti empiris bahwa variabel kualitas layanan inti dan kualitas layanan periferan menjadi penentu dalam meningkatkan kepuasan nasabah Bank OCBC NISP Cabang Katamso Semarang.

Berdasarkan hasil temuan ini maka beberapa implikasi kebijakan dapat diberikan antara lain sebagai berikut :

1. Manajemen Bank OCBC NISP Cabang Katamso diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Mengingat hasil penelitian dari 100 responden nasabah membuktikan bahwa pengaruh tertinggi dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah kualitas layanan periferan, maka diharapkan bank dapat kembali mengadakan evaluasi terhadap keberadaan fasilitas pendukung yang ada. Dalam tanggapan responden tentang kualitas layanan periferan kepuasan terendah ada pada kemudahan mendapati mesin ATM OCBC NISP di Semarang. Hal ini mengindikasikan bahwa keberadaan 12 lokasi mesin ATM

yang tersebar di Semarang belum dapat menjangkau kebutuhan nasabah. Namun hasil yang baik terdapat pada keakuratan fasilitas *e-Channel* yang ada seperti *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking*, dan *call center*. Hasil yang baik ini dapat menjadi pendorong bagi pihak manajemen bank untuk dapat mendorong nasabah menggunakan fasilitas *e-Channel* yang tersedia, sehingga mengurangi antrian di *Teller* dan dapat menambah *fee based income* melalui jasa yang diberikan dari fasilitas *e-Channel* yang digunakan.

2. Bank dapat mengevaluasi kembali tingkat kepentingan formulir transaksi. Kesulitan nasabah dalam memahami pengisian formulir transaksi kiranya dapat diminimalisir. Kesulitan dalam pengisian formulir ini menjadi prioritas kedua yang perlu ditindaklanjuti setelah kemudahan mendapati ATM.
3. Kualitas layanan inti yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah juga perlu menjadi perhatian Bank OCBC NISP Cabang Katamso Semarang. Prioritas pertama dalam perbaikan

kualitas layanan inti ada pada kecepatan transaksi di *Teller*. Dari hasil temuan yaitu transaksi yang dikategorikan cepat oleh nasabah adalah transaksi yang berkisar antara 10-15 menit. Tingkat persentase ketidakpuasan pada poin ini mengindikasikan bahwa masih ada transaksi yang melebihi dari batas waktu tersebut. Manajemen dapat mengadakan pelatihan guna meningkatkan kualitas *time delivery* petugas.

4. Bank OCBC NISP Cabang Katamso diharapkan dapat menggali lagi hal-hal yang menimbulkan perasaan senang, suka dan bangga dari nasabah. Dalam penelitian ini nasabah memiliki persepsi yang selama ini menggambarkan rasa senang bertransaksi di OCBC NISP Cabang Katamso Semarang seperti standard pelayanan OCBC NISP yang berbeda dari bank lainnya. Hal ini dapat menjadi nilai positif yang terus menerus perlu dipertahankan. Akan tetapi Bank juga diharapkan membangun citra yang lebih baik lagi mengingat nilai terendah ada pada indikator kebanggaan bertransaksi di Bank OCBC NISP.

Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan penelitian yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 100 responden dari populasi yang cukup besar. Yang menjadi kekhawatiran adalah responden tidak termasuk ke dalam kelompok nasabah yang menyampaikan keluhannya karena pengambilan sampel secara acak. Jumlah komplain pun hanya dibatasi pada komplain *walk in*, padahal media komplain lainnya ada pada keluhan melalui telepon.
2. Keterbatasan ada pada pengisian pertanyaan terbuka yang seharusnya dijawab secara lengkap pada setiap indikator yang ada, namun masih banyak terdapat kolom-kolom pertanyaan terbuka yang tidak diisi oleh responden. Hal ini disebabkan oleh banyak hal, seperti keterbatasan waktu responden, keengganan untuk mengisi, dan prioritas transaksi lainnya yang hendak dilakukan responden ketika bertransaksi ke Bank.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di satu cabang Bank OCBC NISP sehingga hasil penelitian tidak bisa memberikan gambaran secara

keseluruhan untuk Bank OCBC NISP secara umum.

Agenda Penelitian Mendatang

Agenda penelitian mendatang yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah penelitian mendatang hendaknya dapat merancang *research design* yang lebih baik lagi, misal pada pemilihan nasabah yang menjadi responden. Sehingga kuesioner yang meliputi pertanyaan tertutup dan terbuka dapat dijawab dengan lengkap secara keseluruhan.

DAFTAR REFERENSI

- Anonim, 1990. **Kamus Besar Bahasa Indonesia**. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Arikunto, Suharsimi. 1991. **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik**. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____, 2002. **Prosedur Penelitian**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Andreassen, Tor William. 1994. **Satisfaction, Loyalty and Reputation as indicators of Customer Orientation in the Public Sector**, *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 7 No. 2 1994, pp. 16-34.
- Creswell, J.W., 1998. **Qualitatif Inquiry and Research Design**. California.: Sage Publications, Inc.
- Engel, F James., dkk, 1995. **Perilaku Konsumen**. Jilid 2. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty. 2011. **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang : CV. Indoprint.
- Ghozali, Imam, 2005. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griselda, Gretel ,Tagor Muda Panjaitan, 2007. **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua**. *DeReMa Jurnal Manajemen Vol.2 no. 1, Januari 2007 (hal. 39-62)*.
- Gujarati D.N, 1995. **Basic Econometric**. Third Edition, Mc. Graw Hill, Inc
- Hadi, Sutrisno, 1994. **Statistik dalam Basic Jilid IV**. Yogyakarta: Andi Offset
- _____, 1997. **Metodologi Research, Untuk Penulisan Paper, Skripsi, Thesis, Disertasi**. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasan. 2006. **Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang**. Akses Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 1 No 1, April 2006.
- Kasmir, 2008. **Pemasaran Bank**. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip , 1997. **Marketing Management ed.9**, *penerj. Benjamin Molan*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- _____, and Gary Amstrong. 2006. **Principles of Marketing, 11th ed**. Upper **Saddle River**, NJ : Pearson Education, Inc.
- Lehtinen, Uolevi, Lehtinen, Jarmo R, 1991. **Two Approaches to Service Quality Dimensions**. *The Service Industries Journal*; pg. 287.
- Tjiptono, F, Anastasia D, 2000, **Prinsip dan Dinamika Pemasaran**, Yogyakarta : J & J Learning.
- _____, 2006. **Pemasaran Jasa**. Malang: Bayu Media.
- Parasuraman, A, Valerie A Zeithaml dan Leonard L Berry, 1988, **SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality**, *Journal of Retailing*, Vol. 64, p. 12-40.
- _____, A., Zeithaml, Valerie A, Berry, Leonard L, 1985. **“A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research,”** *Journal of Marketing*, Vol 49, pp.41-50
- Rusdin, M.Si, Drs., 2004. **Statistik Penelitian Sebab Akibat**. Bandung : Pustaka Bani Quraisy.
- Sange, Peter M and Rogelio Olivia. 1990. **Developing a Theory of Service Quality/Service Capacity Interaction**. Center for organizational learning, MIT Room E40-294, 77 Massachusetts Ave. Cambridge, MA 02139, USA.
- Soegoto, Dr. Ir Eddy Soeryanto, 2008. **Marketing Research**. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Sugiarto, Riliana Oktavianti dan Innocentius Bernarto. 2009. **Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Yang Dirasakan, serta Harga Yang Dianggap Adil Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Bengkel Astra International Daihatsu, Serpong.** DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 4 No. 1, Januari 2009

Sugiyono, 2002. **Metode Penelitian Bisnis.** Bandung: Alfabeta.

Tse, David K, et.al. 1998. **Consumer Satisfaction as a Process.** *Psychology & Marketing (1986-1998)*; pg 177.

www.ocbcnisp.com, **Visi Misi Bank OCBC NISP.** Diakses pada tanggal 13 September 2011.