

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas E-Channel Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jatim, Tbk Cabang Kepanjen

Evy Winda Herviyanti¹, Ernani Hadiyati², Djuni Farhan³

Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Gajayana^{1,2,3}

Email: epphie.phie@gmail.com, ernani_hadiyati@yahoo.com [djuniarhan@gmail.com](mailto:djunifarhan@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis imbas mutu layanan dan fasilitas e-channel dengan cara simultan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Bank Jatim, Tbk Cabang Kepanjen. (2) Menganalisis akibat mutu layanan kepada kepuasan pelanggan di PT. Bank Jatim, Tbk Cabang Kepanjen. (3) Menganalisis hasil fasilitas e-channel kepada kepuasan nasabah di PT. Bank Jatim, Tbk Cabang Kepanjen. (4) Menganalisis variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Bank Jatim, Tbk Cabang Kepanjen. Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 97 responden dengan teknik Slovin dengan menggunakan kuesioner sebagai pengumpul data dan dianalisis dengan formulasi regresi berganda menggunakan *Software SPSS* versi 18. Hasil dari penelitian ini membuktikan: (1) Kualitas Layanan dan Fasilitas *E-Channel* mempunyai dampak yang penting secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. (2) Mutu Jasa membagikan akibat yang penting dengan cara partial kepada Kepuasan Pelanggan. (3) Fasilitas *E-Channel* berpengaruh yang signifikan secara partial terhadap Kepuasan Nasabah. (4) Mutu Layanan memiliki nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar dibandingkan variabel lain. Alhasil variabel Mutu Jasa memiliki akibat yang sangat kuat dibanding dengan variabel yang lain hingga variabel Mutu Pelayanan memiliki akibat yang dominan kepada Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci : kualitas layanan, fasilitas e-channel, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan bank sentral saat ini dengan adanya kebijakan yang diatur ulang yang diterapkan, kontrol bank yang mengatur suku bunga maupun pemberian kredit mulai dihapus, yang akan memberikan sebuah kemudahan bagi bank untuk mendirikan kantor cabang, dan mempermudah bank masuk pasar yang diharapkan mampu lebih bersaing. Dengan adanya kebijakan tersebut persaingan sektor perbankan akan semakin ketat. Kebijakan deregulasi mengakibatkan berubahnya struktur organisasinya, dalam Kasmir (2014) mengemukakan bahwa inovasi yang ada dalam teknologi akan menjadikan sebuah perubahan yang memiliki banyak andil.

Upaya mencapai layanan terbaik bank harus mengupayakan dalam memberikan pelayanannya terhadap nasabah harus difokuskan agar nasabah merasakan kepuasan yang tinggi agar nasabah dalam menggunakan layanannya bisa berulang-ulang sehingga bank akan mendapatkan profitabilitas yang tinggi dari adanya pelayanan yang maksimal tersebut, dalam memberikan layanan tersebut bank harus melakukan penilaian dari tingkat kualitas pelayanan terhadap nasabah yang sudah diberikan. Kualitas layanan yang diberikan oleh bank tersebut akan menjadikan sebuah evaluasi dari nasabah dari perbandingan anggapan mereka kepada jasa serta hasilnya dengan apa yang diharapkan oleh nasabah tersebut (Lovelock, Wirtz & Mussry, 2011: 154).

Menurut Morawakage & Kulathunga, (2013) Mutu layanan merupakan perihal berarti penting yang wajib difokuskan dalam menggapai kepuasan serta komitmen pelanggan. Hal ini terbukti dengan adanya survey di internet secara live dari Ipsos Indonesia bahwa membuktikan pelanggan di Indonesia cenderung mendahulukan mutu pelayanan yang

diberikan dibandingkan dengan harga yang diberikan, dari hal tersebut maka perusahaan atau bank harus mampu menjaga kualitas pelanannya terhadap konsumen atau nasabah agar dalam berbisnis semakin sukses (Pradana:2013).

Selain kualitas pelayanan, fasilitas juga berpengaruh pada kepuasan nasabah. Dukungan fasilitas yang diberikan bank juga menjadi hal penting dalam kepuasan konsumen, dengan fasilitas yang diberikan oleh bank yang baik akan mampu dirasakan oleh nasabah secara langsung dengan kemudahan-kemudahan dengan fasilitas yang ditawarkan bank. Dalam usaha jasa perusahaan atau Bank harus mampu memberikan fasilitas yang mempermudah nasabah sehingga penilaian konsumen atau nasabah akan menilai apa yang mereka dapatkan untuk menjadi dasar penilaiannya. Penilaian tersebut ada dari interaksi yang didapatkan dari konsumen dengan fasilitas yang dipatkan terhadap kepuasan konsumen (Tjiptono 2004 : 43). Oleh karena itu dalam perusahaan jasa yang dapat dirasakan yaitu darifasilitas yang didapatkan konsumen berbeda dengan barang, konsumen cenderung menilai dari apayang mereka rasakan dari sebuah kualitas layanan.

Dalam sektor perbankan, terdapat pengembangan fasilitas khusus yang disebut sebagai fasilitas *e-channel*. Fasilitas *e-channel* merupakan layanan yang diberikan perbankan yang memakai media elektronik yaitu dengan *mobile-ATM* SMS, internet bisnis dan lain-lain. Dengan adanya *e-channel* nasabah akan merasakan ATM ada dalam genggamannya. Nabah dapat menggunakan *e-channel* akan mempermudah nasabah dalam bertransaksi namun dalam penggunaannya juga mengenai keamanannya yang sangat baik dan diluar sana penggunaan fasilitas ini sudah digunakan oleh banyak bank karena keandalannya dalam keamanannya. Dengan adanya fasilitas *electronic channel* Bank Jatim, nasabah akan lebih dipermudah karena dengan adanya fasilitas ini nasabah tidak perlu repot dalam bertransaksi harus mencari dan mendatangi kantor-kantor bank Jatim atau ATM, hal ini juga menjadikan nasabah semakin mudah dalam bertransaksi karena banyak kegiatan yang dapat dilakukan dengan fasilitas ini yaitu salah satunya pengiriman uang antar rekening ataupun antar bank, cek saldo, pembayaran tahihan, dll.

Penelitian ini mengambil PT. Bank Jatim, Tbk Cabang Kepanjen Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur, semenjak awal kali dibuka pada bertepatan pada 22 Desember 2010, padatahun 2016 mengalami peningkatan. Jumlah nasabah bank Jatim penyimpan sebanyak 1.529 rekening yang mengalami peningkatan 113,55% dibandingkan dengan tahun sebelumnya 2015 dengan total jumlah 716 rekening. Total rekening tersebut terus meningkat sampai dengan tahun 2017 yang merupakan tertinggi mencapai 1.950 rekening. Namun, ditahun 2019 terjadi pengurangan banyaknya rekening sebesar 4.51% atau jumlah rekeningnya hanya 1.862 rekening per 30 April 2019.

Fenomena pengurangan jumlah rekening nasabah menjadi dasar utama bagi peneliti untuk melakukan penelitian di PT. Bank Jatim, Tbk Cabang Kepanjen karena penurunan tersebut dapat berdampak langsung dengan kinerja dan keberlangsungan usaha. Indikasi ketidakpuasan pelanggan yang dilihat dari penurunan nasabah harus segera diidentifikasi faktor yang bisa mempengaruhinya. Sehingga melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas *e-channel* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jatim, Tbk Cabang Kepanjen."

METODE PENELITIAN

Rancangan riset ini menggunakan data dari survey yang dalam Sugiyono (2012) adalah metode yang ini guna untuk memperoleh data alamiah dari suatu obyek tertentu. Riset ini menggunakan data dari kuisisioner yang diberikan kepada para responden, wawancara dan lain-lain. Dalam riset ini jenisnya yaitu *explanatory research*. *Explanatory research* di dalam Singarimbun dan Effendi (2009) merupakan sesuatu riset yang menarangkan ikatan kausal karena dampak antara variabel- variabel lewat penggetesan hipotesa. Dalam riset ini memakai pendekatan kuantitatif, dikarenakan dalam riset ini data disajikan dalam angka dari hasil kuisisioner. Perihal ini cocok dengan opini Arikunto (2010)

yang memaparkan tentang riset kuantitatif ialah pendekatan riset yang banyak dituntut memakai nilai, mulai dari pengumpulan informasi, pengertian kepada informasi itu, dan performa hasilnya. Dalam riset ini informasi digabungkan dengan memakai angket, hasil angket itu diolah untuk mendapatkan hasil dari pengaruh variabel-variabel yang akan dianalisis dengan menggunakan Regresi Berganda.

Dalam penelitian ini sampel digunakan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti positif dari bidang durasi, daya, jumlah populasi yang amat banyak dan anggaran yang diperlukan dalam riset ini. Sehingga peneliti dalam penentuan sampelnya harus merupakan responden yang dapat mewakili dari populasi penelitian ini. Dalam penetapan sampel dalam riset ini dari populasi ialah dengan memakai metode slovin dengan tingkatan kepercayaan 90% dengan nilai $e = 10\%$ sehingga didapatkan sampel sebesar 97 responden. Pada riset ini uji statistik yang digunakan adalah uji statistik regresi linier berganda yang dalam uji ini untuk mendapatkan hasil korelasi atau hubungan dari antar variabel secara parsial ataupun secara simultannya dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Hasil kuisisioner yang sudah diisi oleh responden bisa diamati dari jumlah 97 responden, diamati dari karakter bersumber pada umur, jenis kelamin, pendidikan serta lama bertugas responden. Data dari responden secara jelas adalah selaku selanjutnya :

Tabel 1 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
16 - 25	3	3.09
26 - 35	10	10.31
36 - 45	34	35.05
46 - 55	27	27.84
56 - 65	19	19.59
> 65	4	4.12
Jumlah	97	100

Dari tabel dari usia responden, dapat dilihat bahwa responden yang berusia 36-45 memiliki persentase yang terbesar yaitu sebanyak 35,05% atau sebanyak 34 responden yang artinya responden sebagian besar masuk dalam umur yang produktif sehingga bisa dikatakan mampu menjadi wakil dari populasi riset ini, sedangkan persentase terkecilnya yaitu diantara usia 16-25 tahun dengan persentase 3,09% atau sebanyak 3 responden.

Tabel 2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Pria	73	75.26
Wanita	24	24.74
Jumlah	100	100

Dari bagan bagi karakter Jenis kelamin, bisa diketahui jenis kelamin pria sebesar 73 responden serta responden yang jenis kelamin wanita sebesar 24 responden.

Tabel 3 Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMP	12	12,37
SMA	22	22,68
Diploma	43	44,33
Sarjana	16	16,49
magister	4	4,12

Berdasarkan tabel berdasarkan pendidikan responden yang SMP sebanyak 12 responden (12,37%), yang pendidikan SMA sebanyak 22 responden (22,67%), yang berpendidikan Diploma sebanyak 43 responden (44,33%), yang pendidikan sarjana sebanyak 16 responden (16,49%), dan yang berpendidikan magister sebanyak 4 responden (4,12%).

Uji Instrumen

Hasil pengujian validitas bisa diamati kalau angka nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,3) perhal ini memiliki arti setiap poin variabel merupakan valid, alhasil bisa diputuskan kalau item- item itu bisa dipakai buat mengukur variabel.

Tabel 4 Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien
1	Kualitas Pelayanan	0.856
2	Fasilitas <i>E-Channel</i>	0.744
3	Kepuasan Pelanggan	0.869

Bersumber pada tabel diatas dari Tabel diatas dikenal kalau angka dari alpha cronbach memiliki koefisien yang lebih besar dari 0,6 dari semua variabel bebasnya dan terikatnya. Dari hasil itu dapat diputuskan kalau variabel bisa dipakai dalam riset ini.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 5 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters(a,b)	Mean	.000000
	Std. Deviation	3.67465722
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.032
Kolmogorov-Smirnov Z		.570
Asymp. Sig. (2-tailed)		.901

Dari hasil kalkulasi percobaan normalitas angka **sig.** sebesar 0. 901 ataupun lebih besar dari 0. 05; hingga determinasi H_0 diperoleh ialah kalau anggapan normalitas terpenuhi.

Dari hasil pengujian itu diterima kalau diagram bentuk scatterplot menabur serta tidak terdapat pola khusus yang tercipta hingga diklaim tidak terjalin heteroskedastisitas, alhasil bisa disimpulkan kalau sisaan memiliki macam sama(konsisten) ataupun dengan tutur lain tidak ada pertanda heterokedastisitas.

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0.930	1.075
Fasilitas E- Channel	0.930	1.075

Dari hasil pengujian itu bisa disimpulkan kalau tidak terjalin multikolinieritas dampingi elastis leluasa. Dengan begitu percobaan anggapan tidak terdapatnya multikolinieritas bisa terpenuhi.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	T hitung	Sigt
Y	(Constant)	1.293	0.297	0.767
	X1	0.493	10.740	0.000
	X2	0.252	2.512	0.014
R :		0.780		
R Square :		0.609		
Adjusted R Square :		0.600		
F Hitung :		73.088		
Sig. F :		0.000		
F tabel :		3.093		
t tabel :		1.986		

$$Y = 1,293 + 0,493 X_1 + 0,252 X_2$$

- Konstanta ataupun intersep sebesar 1, 293, maksudnya nilai rata- datar Kepuasan Pelanggan berharga sebesar 1, 293 bila variabel bebas tidak ada.
- Nilai regresi b1 memiliki nilai 0, 493, maksudnya Kepuasan Pelanggan akan bertambah sebesar 0, 493 satuan buat tiap tambahan satu dasar X1(Kualitas Pelayanan). Jadi bila Kualitas Pelayanan hadapi kenaikan 1 dasar, hingga Kepuasan Pelanggan hendak bertambah sebesar 0, 493 dasar dengan anggapan variabel yang yang lain dianggap konsisten.
- Nilai regresi b2 memiliki nilai 0, 252, maksudnya Kepuasan Pelanggan akan bertambah sebesar 0, 252 satuan buat tiap tambahan satu dasar X2 (Sarana E- Channel), Jadi bila Fasilitas E- Channel hadapi kenaikan 1 dasar, hingga Kepuasan Pelanggan hendak bertambah sebesar 0, 252 dasar dengan asumsi variabel yang yang lain dianggap konsisten.

Pengujian Simultan (uji F)

Berdasarkan Tabel uji regresi beranda nilai F hitung sebesar 73,088. Sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; db regresi = 2 : db residual = 94) adalah sebesar 3,093. Karena F hitung > F tabel yaitu $73,088 > 3,093$ atau nilai sig F (0,000) < $\alpha = 0.05$ hingga bentuk

analisa regresi merupakan signifikan. Perihal ini berarti H_0 ditolak serta H_1 diperoleh alhasil bisa disimpulkan kalau variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) bisa dipengaruhi dengan cara penting oleh variabel bebas (Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas *E-Channel* (X_2)).

Pengujian Parsial (Uji t)

Dari pengujian t test antara X_2 (Fasilitas *E-Channel*) dan Y (Kepuasan Nasabah) mendapatkan t hitung = 2,512. Diketahui t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 94) adalah sebesar 1,986. Perbandingan dari t hitung > t tabel yaitu $2,512 > 1,986$ atau nilai sig t ($0,014$) < $\alpha = 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh X_2 (Fasilitas *E-Channel*) terhadap Kepuasan Nasabah adalah signifikan pada alpha 5%. Perihal ini berarti H_0 ditolak serta H_1 diperoleh alhasil bisa disimpulkan kalau Kepuasan Pelanggan secara signifikan berpengaruh oleh Fasilitas *E-Channel* ataupun dengan meningkatkan Sarana *E-Channel* hingga Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan dengan cara nyata.

Pengujian Variabel Dominan

Berdasarkan Tabel uji regresi beranda dapat kita ketahui variabel yang dominan adalah kualitas layanan memiliki koefisien Beta yang paling besar dengan nilai 0,719, yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dari hasil olah data dapat disimpulkan kalau variabel kualitas layanan merupakan variabel yang mempunyai akibat dominan kepada kepuasan pelanggan dibanding dengan variabel sarana *e-channel*.

PEMBAHASAN

Dari hasil olah data dinyatakan bahwa ada pengaruh yang penting dari variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas *E-Channel* terhadap Kepuasan Nasabah secara bersama-sama (simultan). Dari nilai *Adjust R Square* dalam olah data menghasilkan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas *E-Channel* memiliki pengaruh sebanyak 60% yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah, sedangkan sebesar 40% sisanya merupakan variabel diluar penelitian ini yang tidak masuk dalam variabel penelitian.

Ketika nasabah mendapatkan pelayanan yang berkualitas atau pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pengorbanan atau uang yang dikeluarkan oleh nasabah, maka akan berdampak pada mereka rasa kepercayaan menerima nilai yang baik (good value), hal ini akan menjadikan sebuah kelebihan dari perusahaan atau bank agar para nasabah semakin loyal terhadap perusahaan. Kualitas pelayan juga dalam penilaian nasabah sering menyimpulkan dari beberapa faktor yang diantaranya tempat atau lokasi, alat komunikasi dan pelayanan yang diberikan yang dikemukakan Kotler (2009), hubungan yang kuat antara bank dan nasabah akan semakin baik dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan maksimal dan lebih baik sehingga menjadikan keunggulan tersendiri untuk bank. Dalam kegiatan perbankan harus mampu dalam mencapai tujuannya yaitu loyalitas nasabah terhadap bank mampu memberikan kualitas pelayanan yang maksimal terhadap nasabah serta mewujudkan harapan-harapan nasabah agar lebih puas dalam pelayan yang diberikan perbankan.

Dimensi tentang daya tarik dari perbankan salahsatunya yaitu bukti fisik (*tangible*) yang didalamnya sarana raga, perkakas, serta material yang dipakai industri, dan performa pegawai. Bukti fisik (*tangible*) memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) ialah bukti fisik (*tangible*) memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Persepsi pelanggan yang baik terhadap bukti fisik akan membuat kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan begitu pula sebaliknya (Syahbana, 2016).

Hasil analisa diatas membuktikan kalau variabel Mutu Layanan ialah variabel yang memiliki akibat berkuasa kepada Kepuasan Pelanggan dibandingkan variabel Sarana *E-Channel*, alhasil anggapan Kualitas Layanan ialah variabel dominan mempengaruhi kepada

kepuasan pelanggan diperoleh. Perihal ini meyakinkan kalau Mutu Layanan berpengaruh kuat kepada Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas *E-Channel* secara signifikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
2. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
3. Fasilitas *E-Channel* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
4. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan variabel yang lainnya.

Dari hasil penelitian tersebut, dapat diberikan saran kepada:

1. Bagi Mahasiswa. Penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi mahasiswa mengenai manajemen sumber daya manusia. Variabel bebas dalam riset ini merupakan variabel yang amat berarti dalam pengaruh Kepuasan Pelanggan yang diharapkan dari riset ini dapat digunakan buat referensi dalam riset berikutnya dan bisa dijadikan selaku rujukan untuk periset berikutnya.
2. Bagi Perusahaan. Diharapkan pihak industri bisa menjaga dan tingkatkan jasa terhadap Mutu Jasa, sebab elastis Mutu Jasa memiliki akibat yang berkuasa dalam pengaruh Kepuasan Pelanggan, alhasil Kepuasan Pelanggan hendak bertambah.
3. Bagi Perguruan Tinggi. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pihak akademik, baik secara teoritis maupun praktis. Karena itu temuan dalam penelitian terbatas pada satu lokasi sehingga masih memungkinkan bagi para akademisi untuk melakukan serangkaian penelitian yang dapat menambah, melengkapi atau mengkritisi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andras Pradana, Kharisma. 2014. Analisis pengaruh harga, kualitas, desain dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV. Kharisma Djati. Skripsi. Ponorogo: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fandy, Tjiptono. 2004. Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2009. Metode Penelitian Survei, Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Kasmir, 2014. Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip (2009), Manajemen Pemasaran. Indeks, Jakarta.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2011. Pemasaran Jasa. edisi 7. Erlangga: Jakarta
- Morawakage P.S., Kulathunga K.M.K.N.S. (2013) The Empirical Study On Customer Satisfaction Towards Service Quality Of Commercial Banks In Sri Lanka Comparing State And Private Banks. Paper presented at International Conference on Business and Information 2013, Faculty of Commerce and Management Studies, University of Kelaniya, Sri Lanka. ISBN 978-955-4563-17-9.
- Syahbana, D. 2016. Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem Sleman. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta