

**ANALISIS BESARNYA PENGARUH KINERJA
PELAYANAN (*SERVICE PERFORMANCE*) FRONTLINER DAN KEPUASAN
NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PRIORITAS PT. BCA, TBK
CABANG
PERMATA BUANA DENGAN PENDEKATAN METODE REGRESI *LINEAR
MULTIPLE***

Sonny Koeswara dan Muslimah

Program Studi Teknik Industri, Universitas Mercu Buana Jakarta

Email: imah.3191@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja pelayanan (Service Performance) Frontliner dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. BCA, Tbk cabang Permata Buana. Metoda pengambilan sampel dilakukan secara acak sederhana dan penentuan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus slovin. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner terbuka kepada 63 nasabah prioritas PT.BCA, Tbk cabang Permata Buana yang terpilih sebagai sampel kemudian data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear multiple. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase besarnya pengaruh variabel independen yaitu kinerja pelayanan frontliner serta kepuasan nasabah mampu menjelaskan sebesar 53% variasi variabel loyalitas nasabah. Sedangkan sisanya sebanyak 47 % adalah berbagai faktor lain yang tidak diteliti, seperti kenyamanan banking hall, antrian yang terlalu panjang, lokasi tempat yang tidak strategis, dan lain sebagainya.

Kata kunci: Kinerja pelayanan, Kepuasan nasabah, Loyalitas nasabah

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service performance Frontliner and customer satisfaction with customer loyalty PT. BCA, Tbk branch Permata Buana. The sampling method is simple random sampling and the determination of the amount calculated using the formula Slovin. Data collection was performed using an open questionnaire to 63 PT.BCA priority customers, Tbk branch Permata Buana is selected as a sample and then data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that the percentage of the magnitude of the effect of the independent variable is the performance of services as well as customer satisfaction frontliner able to explain 53% of variation variable customer loyalty. While the remaining 47% are other factors not examined, such as convenience banking hall, the queue is too long, do not place a strategic location, and others.

Keywords: Service performance, Customer satisfaction, Customer loyalty

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang ada di negara kita yang memiliki peran sangat penting yaitu sebagai penunjang kegiatan perekonomian nasional. Perbankan dalam operasionalnya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan selanjutnya disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Melihat peran pokok perbankan yang penting sebagai lembaga perantara keuangan seperti yang telah dijelaskan, maka hal dasar yang sangat dibutuhkan oleh pihak perbankan saat

ini untuk dapat menjalankan peran penting tersebut adalah kepercayaan dan keyakinan dari masyarakat atas dunia perbankan.

Kualitas pelayanan (*service performance*) merupakan atribut penting dalam industri jasa, seperti perbankan, di samping masalah keamanan dan kepastian. Pelayanan yang berkualitas tentu saja tidak sebatas senyum ramah dari petugas *teller* atau *customer service* saja tetapi lebih dari itu.

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang muncul diantaranya sebagai berikut: Pelayanan prima yang seperti apa yang diharapkan oleh nasabah prioritas di Bank BCA cabang Permata Buana, Bagaimana kinerja *Frontliner* (*Customer service officer* dan *teller*) di Bank BCA cabang Permata Buana?, Bagaimana *customer loyalty* (loyalitas nasabah) di Bank BCA cabang Permata Buana?, Bagaimana pengaruh dari kinerja pelayanan (*service performance*) terhadap kepuasan nasabah prioritas Bank BCA cabang Permata Buana?, Bagaimana pengaruh dari kinerja pelayanan (*service performance*) dan kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) terhadap loyalitas nasabah prioritas Bank BCA cabang Permata Buana?

Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk Mengetahui kinerja *frontliner* di Bank BCA cabang Permata Buana, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bagaimana loyalitas nasabah di Bank BCA Cabang Permata Buana, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kinerja pelayanan (*service performance*) terhadap kepuasan nasabah prioritas Bank BCA cabang Permata Buana, dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service performance* dan kepuasan nasabah prioritas terhadap loyalitas nasabah prioritas di Bank BCA Cabang Permata Buana.

Agar penelitian dan pembahasan penelitian dapat dilakukan lebih cermat, permasalahan penelitian dibatasi pada kinerja *Frontliner* di Bank BCA cabang Permata Buana, loyalitas nasabah prioritas Bank BCA cabang Permata Buana, pengaruh dari kinerja pelayanan (*service performance*) terhadap kepuasan nasabah prioritas Bank BCA cabang Permata Buana, pengaruh dari kinerja pelayanan (*service performance*) dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah prioritas Bank BCA cabang Permata Buana, dan penelitian ini dilaksanakan dalam periode bulan 2 Januari 2013 – 28 Maret 2013.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Perbankan

Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Menurut Undang-Undang pokok perbankan No. 10 Tahun 1998 yang mengatur tentang pokok peraturan perbankan di Indonesia mendefinikan sebagai berikut: “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Service Performance

Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan perusahaan jasa. *Service performance* (kualitas pelayanan) dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menjatuhkan pilihan. Hal ini akan semakin membuat semakin sulit untuk

mempertahankan konsumen lama, karenanya kualitas layanan harus ditingkatkan se-maksimal mungkin.

Pengertian Nasabah

Menurut undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1, mendefinisikan nasabah sebagai berikut: Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan“.

Menurut Kasmir (2008:94) bahwa: “Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank”.

Nasabah Prioritas BCA

Nasabah prioritas merupakan seseorang yang memiliki rekening dan volume transaksi dalam jumlah yang cukup besar di sebuah bank. Persyaratan pada masing - masing Bank mungkin berbeda. Untuk menjadi nasabah prioritas di BCA, persyaratannya calon Nasabah Prioritas harus memiliki deposito sebanyak Rp 500 juta atau dana di tabungan dengan saldo rata-rata Rp. 500 juta. Dengan saldo rata-rata tersebut secara otomatis sistem akan mengeluarkan laporan bahwa nasabah tersebut telah memenuhi syarat untuk menjadi nasabah prioritas dan biasanya *customer service* akan menghubungi nasabah tersebut untuk mengisi form agar menjadi nasabah prioritas. Setelah nasabah menjadi nasabah prioritas, mereka akan mendapatkan kartu BCA prioritas sebagai tanda pengenal.

Customer Satisfaction

Customer Satisfaction (kepuasan pelanggan) paling penting bagi pihak perusahaan, karena kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi income suatu perusahaan. Jika pelanggan puas dengan layanan yang diberikan perusahaan maka pelanggan akan menjadi pelanggan tetap (loyal) terhadap perusahaan. Dengan pelanggan yang puas dan loyal maka akan mengakibatkan income pemasukan perusahaan tersebut meningkat, demikian sebaliknya. Baik perusahaan yang bergerak dibidang layanan atau perusahaan yang memproduksi barang, keduanya harus memperhatikan kualitas produknya.

Pada industri jasa, kepuasan pelanggan selalu dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara pelanggan dan karyawan yang melakukan kontak layanan (*service encounter*) yang terjadi pada saat pelanggan berinteraksi dengan organisasi untuk memperoleh jasa yang dibelinya.

Loyalitas

Persaingan menjadi semakin ketat setelah bank asing mulai turut memperebutkan nasabah pada pasar yang sama. Kondisi ini menuntut seluruh perusahaan jasa perbankan untuk lebih mampu menghadirkan layanan yang memiliki nilai tinggi serta mampu menumbuhkan perasaan loyal pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya. Dan kunci sukses di persaingan ini bukan terletak pada bunga (harga) akan tetapi pada distribusi pelayanan untuk menciptakan nasabah yang loyal.

Hubungan Kinerja Karyawan (*Service Performance*) terhadap Kepuasan

Menurut Herrington dan Lomax dalam Erna dan S. Pantja Djati (2004), sifat jasa yang *inseparability* dimana produksi dan konsumsi dilakukan secara bersamaan membuat interaksi yang terjadi antara konsumen dan karyawan selama transfer jasa menjadi sangat berpengaruh dan ini membuat karyawan berperan penting dalam proses jasa. Elemen kunci pada pemasaran jasa adalah interaksi antara karyawan dan konsumennya.

Hubungan Kepuasan terhadap Loyalitas

Menurut Griffin dalam Hurriyati (2008:142), loyalitas terbentuk melalui proses pembelajaran, yaitu suatu proses dimana konsumen melalui pengalamannya berusaha mencari merek yang paling sesuai untuknya, dalam arti produk dari merek tersebut dapat memberikan kepuasan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhannya. Konsumen akan terus menerus mencoba berbagai macam merek sebelum menemukan merek yang benar-benar cocok. Kepuasan konsumen akan tetap merupakan bagian yang sangat penting dalam loyalitas.

Kepuasan konsumen perlu dipelihara dan ditingkatkan agar dapat menciptakan dan mempertahankan loyalitas terhadap merek. Bila konsumen memperoleh kepuasan dari pembeliannya akan suatu produk maka hal tersebut akan menciptakan sikap positif terhadap merek tersebut sehingga konsumen akan melakukan pembelian.

Hubungan Kinerja Karyawan (*Service Performance*) terhadap Loyalitas

Griffin dalam Hurriyati (2008:10) Hubungan baik dan kepercayaan pelanggan dilakukan dalam bentuk pelayanan yang dilakukan secara optimal oleh pegawai *frontliner* yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya dan akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Pegawai yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini disebut *Customer service officer* dan *Teller*.

METODE PENELITIAN

Menurut jenis data yang dikumpulkan, penelitian ini termasuk pada penelitian kuantitatif, yaitu data yang berupa angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui tanggapan kinerja dan kepuasan nasabah yang berbentuk kalimat/pendapat digunakan angka dalam bentuk skala pengukuran berdasarkan tingkat perhatian dan kesetiaan (loyalitas) nasabah prioritas. Langkah yang diambil dalam penelitian dan penulisan ini adalah melakukan identifikasi masalah, dilakukan observasi lapangan dan studi pustaka yang dilakukan secara paralel, perumusan masalah penelitian, penetapan tujuan penelitian, penetapan model penelitian, identifikasi awal atribut penelitian, penentuan sampel penelitian, penyusunan dan penyebaran kuesioner, uji validitas dan reliabilitas, jika data tidak valid dan tidak reliabel maka penyebaran kuesioner diulang, jika data valid dan reliabel maka dilanjutkan pengolahan data, analisa dan interpretasi hasil penelitian, dilakukan pengambilan kesimpulan dan saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, studi kepustakaan dan angket. Penelitian yang penulis lakukan menggunakan instrumen (alat pengumpul data) yang terdiri dari beberapa teknik pengumpulan data yaitu angket, wawancara, dan observasi. Teknik pengumpulan data primer yang akan penulis lakukan adalah dengan angket yaitu melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada nasabah yang telah dipilih secara simple random sampling ketika nasabah melakukan transaksi baik di *teller* maupun *customer service officer*.

Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 20 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya

pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: tingkat kepercayaan = 95% ($\alpha = 5\%$), derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 63 - 2 = 61$, didapat $r_{tabel} = 0,248$. Jika r_{hitung} (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item – Total Correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pernyataan dikatakan valid (Ghozali, 2001). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	r Tabel	Keterangan
Kinerja Pelayanan (X_1)	P1	0,284	0,248	Valid
	P2	0,356	0,248	Valid
	P3	0,528	0,248	Valid
	P4	0,531	0,248	Valid
	P5	0,603	0,248	Valid
	P6	0,515	0,248	Valid
	P7	0,648	0,248	Valid
	P8	0,685	0,248	Valid
Kepuasan Nasabah (X_2)	P9	0,621	0,248	Valid
	P10	0,673	0,248	Valid
	P11	0,689	0,248	Valid
	P12	0,650	0,248	Valid
	P13	0,739	0,248	Valid
	P14	0,583	0,248	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	P15	0,467	0,248	Valid
	P16	0,358	0,248	Valid
	P17	0,571	0,248	Valid
	P18	0,700	0,248	Valid
	P19	0,328	0,248	Valid
	P20	0,393	0,248	Valid

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat pengukuran variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2001). Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$, menurut Nunnally (1967) dalam Ghozali (2001).

Dari hasil uji reliabilitas butir pertanyaan dengan program statistik SPSS versi 20 diperoleh dari hasil *cronbach alpha* yang dapat dilihat melalui Tabel.2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	No. Pertanyaan	Cronbach Alpha If Item Deleted	Keterangan
Kinerja Pelayanan (X_1)	P1	0,908	Reliabel
	P2	0,906	Reliabel
	P3	0,903	Reliabel
	P4	0,903	Reliabel
	P5	0,901	Reliabel
	P6	0,903	Reliabel
	P7	0,900	Reliabel
	P8	0,900	Reliabel

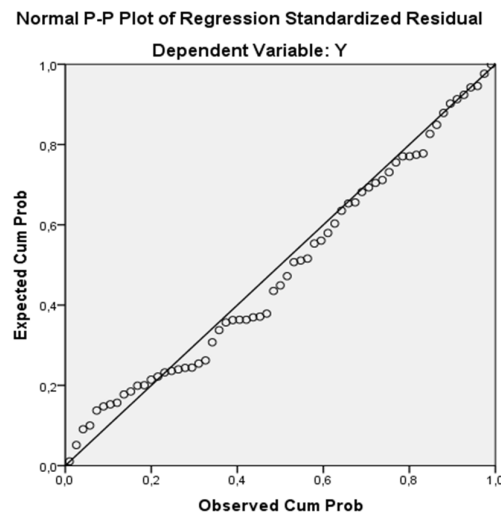
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas (Lanjutan)

Variabel	No. Pertanyaan	Cronbach Alpha If Item Deleted	Keterangan
Kinerja Pelayanan (X_1)	P1	0,908	Reliabel
	P2	0,906	Reliabel
	P3	0,903	Reliabel
	P4	0,903	Reliabel
	P5	0,901	Reliabel
	P6	0,903	Reliabel
	P7	0,900	Reliabel
	P8	0,900	Reliabel
Kepuasan Nasabah (X_2)	P9	0,900	Reliabel
	P10	0,899	Reliabel
	P11	0,898	Reliabel
	P12	0,900	Reliabel
	P13	0,897	Reliabel
	P14	0,902	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	P15	0,904	Reliabel
	P16	0,907	Reliabel
	P17	0,902	Reliabel
	P18	0,898	Reliabel
	P19	0,909	Reliabel
	P20	0,906	Reliabel

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian grafik P-P Plot untuk pengujian residual model regresi yang tampak pada Gambar 1.

Grafik *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Uji Normalitas

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar *variabel* bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara *variabel* (Ghozali, 2001).

Untuk dapat menentukan apakah terdapat multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini adalah dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance* serta menganalisis matrix korelasi variabel-variabel bebas. Adapun nilai VIF dapat dilihat pada Tabel [3] dibawah ini.

Tabel 3. Pengujian Multikolinearitas
Coefficients^a

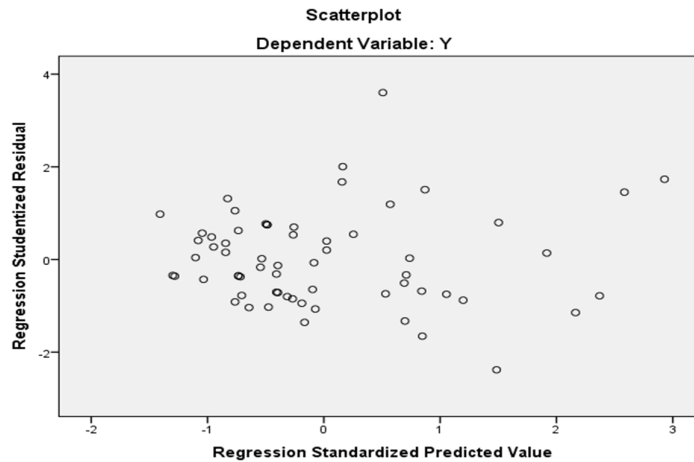
Model	Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,483	,264		1,825	,073		
X1	,597	,145	,0493	4,133	,000	,544	1,837
X2	,252	,099	,302	2,529	,014	,544	1,837

a. Dependent Variable: Y

Pada Tabel 3 terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* yang lebih kecil dari 10%, yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2001). Cara mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah *standardiized* (Ghozali,2001). Uji heteroskedastisitas menghasilkan grafik pola penyebaran titik (*scatterplot*) seperti tampak pada Gambar 2.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi-asumsi normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas dalam model regresi dapat dipenuhi dari model ini.

Analisis Regresi Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan mempergunakan proses SPSS. Analisis regresi, untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y), dalam penelitian ini analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh kinerja layanan jasa dan kepuasan nasabah prioritas terhadap loyalitas nasabah prioritas pada bank ini. Rumus yang digunakan dalam regresi berganda menurut Riduwan dan Akdom (2007) adalah:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 \quad (1)$$

Untuk menghitung nilai konstanta a_0 , a_1 , dan a_2 , dapat digunakan tiga buah persamaan yaitu:

$$\sum Y = N a_0 + a_1 \sum X_1 + a_2 \sum X_2 \quad (2)$$

$$\sum X_1 Y = a_0 \sum X_1 + a_1 \sum X_1^2 + a_2 \sum X_1 X_2 \quad (3)$$

$$\sum X_2 Y = a_0 \sum X_2 + a_1 \sum X_1 X_2 + a_2 \sum X_2^2 \quad (4)$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Nasabah

a_0 = Konstanta

$a_1 - a_2$ = Koefisien regresi

X_1 = Kinerja pelayanan frontliner

X_2 = Kepuasan Nasabah

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 20. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Untuk melihat berapa besar pengaruh secara parsial antara kinerja pelayanan frontliner serta kepuasan nasabah yang mempengaruhi loyalitas nasabah, maka persamaan regresinya yaitu:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 \quad (5)$$

$$Y = 0,483 + 0,597 X_1 + 0,252 X_2 \quad (6)$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Nasabah (7)

a_0 = Konstanta (8)

$a_1 - a_2$ = Koefisien regresi (9)

X_1 = Kinerja pelayanan frontliner (10)

X_2 = Kepuasan Nasabah (11)

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut diatas, maka dapat disajikan interpretasi sebagai berikut: Satu, koefisien regresi (X_1 , X_2) terhadap variabel Y (loyalitas nasabah) pada PT. Bank BCA cabang Permata Buana menunjukkan nilai positif. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja layanan frontliner dan tingginya tingkat kepuasan nasabah, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah kepada PT. Bank BCA cabang Permata Buana. Dua, koefisien korelasi ganda (R) = 0,732 yang berarti bahwa kinerja pelayanan frontliner serta kepuasan nasabah mempunyai hubungan yang erat dengan loyalitas nasabah. Sedangkan variabel kinerja pelayanan lebih dominan mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dari koefisien beta. Tiga, koefisien determinasi (R^2) = 0,535 atau 53% yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah sangat ditentukan oleh kinerja pelayanan dari frontliner serta kepuasan nasabah sebesar 53%. Sedangkan sisanya sebanyak 47 % adalah factor lain yang tidak diteliti, seperti kenyamanan *banking hall*, antrian yang terlalu panjang.

Koefisien Determinasi

Tabel 5. Olahan data Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,723 ^a	,535	,520	,51801	1,646

a. Predictors: (Constant), X1, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 5. hasil analisis korelasi berganda maka diperoleh angka R sebesar 0,732, hal ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan frontliner serta kepuasan nasabah terdapat hubungan yang signifikan dengan loyalitas nasabah sebab nilai R positif dan mendekati 1. Kemudian nilai R² (R_{square}) sebesar 0,535 (53%), hal ini menunjukkan bahwa persentase besarnya pengaruh variabel independen yaitu kinerja pelayanan frontliner serta kepuasan nasabah mampu menjelaskan sebesar 53% variasi variabel loyalitas nasabah.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah uji kebermaknaan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah didapatkan berdasarkan kajian pustaka. Pengujian hipotesis didasarkan kepada dua pengujian secara *simultan* (keseluruhan) dan *parsial* (individual).

Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis menggunakan dua tahap yaitu pengujian hipotesis secara parsial dan pengujian hipotesis secara simultan. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel}. Pengujian statistik melalui uji F yang dapat dilihat melalui Tabel 6.berikut ini:

Tabel 6. Hasil Pengujian Secara Simultan ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	18,531	2	9,266	34,530	,000 ^b
Residual	16,100	60	,268		
Total	34,631	62			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors (Constant), X2, X1

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan maka diperoleh nilai F_{hitung} = 34,53 dan memiliki nilai sig = 0,000, karena nilai probabilitas yang lebih kecil dari nilai standar (0,000 < 0,05), serta nilai F_{hitung} > F_{tabel} (34,53 > 3,150) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kinerja pelayanan frontliner dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank BCA Cabang Permata Buana, hal ini menunjukkan bila secara simultan peningkatan kinerja pelayanan *frontliner* berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan, dan implikasinya terhadap peningkatan loyalitas nasabah di PT. Bank BCA Cabang Permata Buana.

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji t dimaksudkan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel kinerja pelayanan *frontliner* serta kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BCA Cabang Permata Buana. Berdasarkan hipotesis diketahui jika Kinerja Pelayanan frontliner (X₁) mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank BCA cabang Permata Buana (X₂), sedangkan Kepuasan Nasabah Bank BCA cabang Permata Buana (X₂) mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank BCA cabang Permata Buana (Y). Untuk menarik kesimpulan, penulis membandingkan nilai thitung dengan nilai t_{tabel}.

Tabel 7. Uji Parsial

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Keterangan
X_1	4,133	1,67	Signifikan dan positif
X_2	2,529	1,67	Signifikan dan positif

Berdasarkan hasil analisis uji secara parsial diketahui Kinerja Pelayanan frontliner (X_1) terhadap kepuasan (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} = 4,133$, nilai tersebut lebih tinggi dari Nilai $t_{tabel} 1,670$. Dari hasil tersebut diketahui bila H_a (hipotesis penelitian) diterima, dan H_o (hipotesis Statistik) ditolak. Dengan kata lain “Terdapat pengaruh positif antara Kinerja Pelayanan *frontliner* (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA cabang Permata Buana (Y)”. Berdasarkan hasil analisis uji secara parsial diketahui kepuasan nasabah (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai $t_{hitung} = 2,529$, nilai tersebut lebih tinggi dari Nilai $t_{tabel} 1,670$. Dari hasil tersebut diketahui bila H_a (hipotesis penelitian) diterima, dan H_o (hipotesis Statistik) ditolak. Dengan kata lain “Terdapat pengaruh positif antara kepuasan nasabah (X_2) terhadap loyalitas nasabah Bank BCA cabang Permata Buana (Y)”.

Analisa Kinerja Pelayanan *Frontliner*

Kinerja merupakan perilaku nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan. Dengan hasil kerja yang dicapai oleh seorang *customer service officer* dan *teller* dalam melakukan suatu pekerjaan dapat dievaluasi tingkat kinerjanya, maka kinerja bagian *frontliner* khususnya *customer service officer* dan *teller* dapat ditentukan dengan pencapaian target selama periode waktu yang dicapai perusahaan.

Kinerja *Customer service officer* dan *teller* Bank BCA cabang Permata Buana menjadi salah satu faktor penentu, dalam pembentukan loyalitas nasabah yang diawali oleh memberikan kepuasan kepada nasabah. Mengacu pada pengukuran, dengan menggunakan *instrument* pertanyaan yang disebarkan kepada responden. Kinerja *customer service officer* dan *teller* yang diukur oleh pertanyaan “kualitas kerja *customer service officer* dan *Teller* cukup baik”, menunjukkan pada umumnya responden memberikan tanggapan setuju sebesar 59%.

Kepercayaan terhadap *customer service officer* dan *teller* dengan kategorisasi tinggi mengisyaratkan bahwa penegasan keakuratan informasi yang disampaikan dan etika dalam menyampaikan materi tinggi. Keterpercayaan terhadap *customer service officer* dan *teller* muncul karena adanya kesan dari nasabah tentang *customer service officer* dan *teller* yang berkaitan dengan wataknya. *Customer service officer* dan *teller* yang dapat dipercaya adalah yang dianggap jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis, dalam kegiatan komunikasi yang selama ini dilakukan dengan para nasabah. Pengalaman dan penilaian nasabah terhadap *customer service officer* dan *teller* tersebut menimbulkan suatu kredibilitas dalam wujud keterpercayaan terhadap nasabah.

Analisa Kepuasan Nasabah

Banyak perusahaan yang fokus pada pelanggan berupaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan adalah perasaan (*feeling*) yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, ‘kepuasan pelanggan’ menjadi sesuatu yang kompleks. Perilaku setelah pembelian akan menimbulkan sikap puas atau tidak puas pada konsumen, maka kepuasan konsumen merupakan fungsi dari harapan pembeli atas produk atau jasa dengan kinerja yang dirasakan. Kepuasan nasabah dalam penelitian ini dirumuskan

sebagai persepsi terhadap kinerja *customer service officer* dan *teller* yang dipilih apakah sudah memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan jawaban responden mengenai kepuasan nasabah BCA cabang Permata Buana dengan keseluruhan pelayanan yang diberikan *customer service officer* dan *teller*, pada umumnya responden memberikan tanggapan Cukup Setuju sebesar 38%. Hal ini sependapat dengan Mowen dalam Erna dan S. Pantja Djati (2004), bahwa faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan konsumen.

Analisa Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Demikian pula dengan BCA cabang Permata Buana yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para nasabahnya melalui peran *customer service officer* dan *teller*.

Berdasarkan jawaban responden dari beberapa item pertanyaan mengenai loyalitas nasabah BCA cabang Permata Buana dapat diketahui bahwa keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari Bank BCA cabang Permata Buana, menunjukkan adanya kepuasan atas layanan yang diberikan selama ini. Terciptanya kepuasan menunjukkan adanya indikasi sikap loyal dari nasabah terhadap Bank BCA cabang Permata Buana. Loyalitas bukan presentase dari konsumen yang pertama kali membeli, tetapi pembelian ulang. Loyalitas adalah presentase dari orang yang pernah membeli dalam jangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelannya yang pertama.

Pihak nasabah dalam kondisi ini merasakan bahwa bank lainnya belum tentu mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan bank BCA cabang Permata Buana. Hal ini terlihat dari jawaban responden yang menyatakan Setuju sebesar 48 % dalam hal menggunakan produk/layanan BCA cabang Permata Buana secara berulang-ulang. Dan memberikan jawaban Sangat Setuju sebesar 40 % dalam hal seringnya nasabah menggunakan produk Bank BCA cabang Permata Buana. Frekuensi yang tinggi dalam penggunaan produk BCA cabang Permata Buana, menunjukkan responden sebagai nasabah yang aktif menggunakan fasilitas perbankan dalam segala aktivitas kegiatan sehari-hari. Selain itu penggunaan secara terus menerus terhadap produk Bank BCA cabang Permata Buana menunjukkan kenyamanan dalam menggunakan produk perbankan yang ditawarkan.

Jika konsumen puas akan performance suatu merek maka akan membeli terus merek tersebut, menggunakannya bahkan memberitahukan pada orang lain akan kelebihan merek tersebut berdasarkan pengalaman konsumen dalam memakai merek tersebut. Jika konsumen puas akan suatu merek tertentu dan sering membeli produk tersebut maka dapat dikatakan tingkat loyalitas merek itu tinggi, sebaliknya jika konsumen tidak terlalu puas akan suatu merek tertentu dan cenderung untuk membeli produk dengan merek yang berbeda-beda maka tingkat loyalitas merek rendah. Hal ini terlihat dari jawaban responden yang menyatakan Sangat Setuju dalam menginformasikan dan mereferensikan produk/layanan BCA cabang Permata Buana kepada kerabat dan teman sebesar 41%. Dorongan untuk menginformasikan dan mereferensikan, adalah wujud keterpercayaan akan kualitas produk Bank BCA cabang Permata Buana. Keterpercayaan akan kualitas tersebut mendorong nasabah berani untuk memberikan rekomendasi kepada para relasinya.

Kepuasan konsumen perlu dipelihara dan ditingkatkan agar dapat menciptakan dan mempertahankan loyalitas terhadap merek. Bila konsumen memperoleh kepuasan dari pembelannya akan suatu produk maka hal tersebut akan menciptakan sikap positif terhadap merek tersebut sehingga konsumen akan melakukan pembelian. Peningkatan kinerja *customer service officer* dan *teller* harus selalu dioptimalkan. Kemampuan *customer ser-*

vice officer dan *teller* memberikan informasi, dan kemampuan memberikan bantuan terhadap permasalahan perbankan harus selalu ditingkatkan.

Analisa Pengaruh Kinerja Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas

Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan hasil perhitungan untuk koefisien determinasi (R^2) adalah 53,5% yang berarti hal ini menunjukkan bahwa persentase besarnya pengaruh variabel independen yaitu kinerja pelayanan *frontliner* serta kepuasan nasabah mampu menjelaskan sebesar 53% variasi variabel loyalitas nasabah. Sedangkan sisanya sebanyak 47 % adalah faktor-faktor lain yang tidak diteliti, seperti kenyamanan banking hall, antrian yang terlalu panjang, lokasi tempat yang tidak strategis, dan lain sebagainya.

PENUTUP

Simpulan

Simpulan yang dapat penulis sampaikan mengenai besarnya pengaruh kinerja *customer service officer* dan *teller* serta kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Permata Buana adalah sebagai berikut: kinerja *customer service officer* dan *teller* di Bank BCA cabang Permata Buana diketahui masih belum optimal. Hal tersebut terlihat dari distribusi jawaban responden atas kuisisioner yang disebarkan, diketahui bila kinerja *customer service officer* dan *teller* belum terlaksana dengan baik. Kemampuan *customer service officer* dan *teller* memberikan informasi dan memberikan bantuan terhadap permasalahan perbankan masih kurang optimal. Tingkat kepuasan nasabah BCA cabang Permata Buana sejauh ini kurang maksimal, dengan kata lain harus ditingkatkan. Kesimpulan tersebut didapatkan dari distribusi jawaban responden atas instrument pertanyaan mengenai kepuasan nasabah di Bank BCA cabang Permata Buana. Loyalitas nasabah Bank BCA cabang Permata Buana menunjukkan jika tingkat loyalitas nasabah masih perlu ditingkatkan lagi. Berdasarkan distribusi dari penyebaran instrument penelitian, jawaban responden terkonsentrasi pada jawaban yang mengindikasikan tingkat loyalitas nasabah belum begitu kuat. Berdasarkan hasil analisis diketahui bila tingkat kinerja *customer service officer* dan *teller* memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BCA cabang Permata Buana sebesar 53% hal ini menunjukkan bahwa persentase besarnya pengaruh variabel independen yaitu kinerja pelayanan *frontliner* serta kepuasan nasabah mampu menjelaskan sebesar 53% variasi variabel loyalitas nasabah. Sedangkan sisanya sebanyak 47 % adalah faktor-faktor lain yang tidak diteliti, seperti kenyamanan banking hall, antrian yang terlalu panjang, lokasi tempat yang tidak strategis, dan lain sebagainya.

Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan mengenai pengaruh kinerja *customer service officer* dan *teller* dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Permata Buana adalah sebagai berikut: kinerja dari *customer service officer* dan *teller* di BCA cabang Permata Buana sebaiknya terus dibenahi. Cara yang dapat ditempuh adalah dengan meningkatkan pengetahuan (*product knowledge*) mengenai jasa Bank BCA. Selain itu pula hendaknya diberikan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan keahlian dari *customer service officer* dan *teller* dalam memberikan bantuan perbankan yang dibutuhkan nasabah. Peningkatan kepuasan konsumen dapat terus ditingkatkan dengan selalu berusaha mencari tahu, dan memahami mengenai kebutuhan dari para nasabah. Selanjutnya bagaimana solusi yang dapat ditawarkan oleh BCA cabang Permata Buana atas permasalahan perbankan yang dialami nasabah. Loyalitas adalah suatu sikap bertahan lebih lama,

namun bukan tidak mungkin untuk berubah menjadi kembali tidak loyal. Untuk itu upaya untuk menjaga loyalitas dengan membentuk hubungan yang baik, sehingga meningkatkan kedekatan secara emosional dan mendorong nasabah untuk menentukan pilihan harus mendapat perhatian serius dari pihak Bank BCA cabang Permata Buana. Peningkatan kepuasan dengan memperbaiki kinerja pelayanan dapat diterapkan. Program peningkatan hubungan jangka panjang dengan nasabah perlu dilakukan melalui peningkatan profesionalisme staf lini depan (bagian *frontliner*) maupun di bagian *back office*. Profesionalisme *customer service officer* dan *teller* ini bukan saja mencakup kemampuan teknis dari tugasnya tetapi juga non-teknis yang bersifat humanistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Buchari, A. 2003. *Manajemen Penjualan Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Deyola, G.E., Adiarto, R. H., & Bakar, A. 2014. Peningkatan Kualitas Layanan Jasa di Bank “X” Menggunakan Metode Banking Service Quality. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Teknik Industri Itenas*. No.3 Vol.1.
- Dharmayanti, D. 2006. Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan sebagai Moderating Variable terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 1No.1. April 2006: 35-43.
- Ferrinadewi, E & Djati, S. P. 2004. Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 6. No.1 Maret
- Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih bahasa: Dwi Kartini Yahya dkk. Jakarta: Erlangga.
- Makunegara, A.A.A.P. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. 2006. *Management Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Hasibuan, M. SP. 2008. *Dasar-Dasar Perbankan*. Edisi Revisi, Cetakan Ketujuh. Jakarta: Bumi Aksara.
- Imam, G. 2001. *Analisis Multivanate dengan program SPSS*. Edisi ke 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi 2008. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Ratih, H. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan & Akdom. 2007. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik*. Cetakan kedua, Bandung: Alfabeta.
- Romawati. 2009. *Analisis Pengaruh Service Performance dan Satisfaction terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Bank BRI Cabang Wonogiri Pada Tahun 2009)* (Skripsi). Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Sugiyono, S. 2004. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia.