

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA PERBANKAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada PT. BTPN Tbk Cabang Jambi)**

*Dimensional Effect on Quality of Banking Services Toward Customer Satisfaction
(Case Study at PT. BTPN Tbk Branch Jambi)*

Ade Jermawinsyah Zebua¹, Mulyadi Raf², and Syahmardi Yacob³

¹ *Alumni Magister Manajemen, Program Magister Manajemen Universitas Jambi
Email: sainstologi@yahoo.co.id*

² *Master of Business Studies, Staf pengajar, Konsentrasi Manajemen Pemasaran,
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Jambi, Kampus Unja Mendalo
Darat, Jl. Raya Jambi-Ma. Jambi, Km.15 Jambi*

³ *Master of Business Administration, Staf pengajar, Konsentrasi Manajemen
Pemasaran, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Jambi, Kampus
Unja Mendrat, Jl. Raya Jambi-Ma. Jambi Km.15 Jambi
Email: dedy_yacob@yahoo.com*

Abstract

Banking Service Quality Dimensions (BSQ) is a dimension which is devoted to banking to measure the variables or dimensions of service in the banking industry. Dimensions of effectiveness and assurance, access, price, tangible, portfolio, reliability (Banking Service Quality), Bahia and nantel 2002. In this regard, it is necessary to do research on the influence of service quality dimensions Banking (BSQ) toward customer satisfaction in bank branches BTPN Jambi. Data collection techniques used in this study was questionnaires (respondents who captured some 95 people who are bank customers BTPN Jambi), interviews with the staff and literature study. This study uses linear regression analysis using analytical tools PASW Statistic 18 (Predictive Analytic Software), to see the influence of independent variables directly or through correlation to the dependent variable. Once analyzed, it is known that both simultaneously and partially, BSQ significantly influence customer satisfaction.

Keywords: *Banking Service Quality (BSQ), Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan sangat penting bagi perekonomian Indonesia serta Perkembangan dunia bisnis perbankan saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang di iringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik dipasar domestik maupun dipasar internasional. Dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, Sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap bank dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat.

Salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh satu perusahaan agar tetap eksis dan sukses dalam persaingan adalah berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan, karena pelanggan merupakan suatu faktor terpenting bagi perkembangan suatu perusahaan. Tanpa nasabah suatu perusahaan tidak akan dapat menjalankan kegiatan usahanya. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk dapat memberikan perhatian yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada nasabah. Salah satu faktor yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi pelanggan adalah memberikan kepuasan melalui kualitas pelayanan.

Masalah ini menuntut pelayanan yang berkualitas dan pemasaran dikarenakan kegiatan ini merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh Badan hukum dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Sebuah perusahaan dikatakan berhasil menjalankan fungsinya apabila mampu menjual produknya pada konsumen dan memperoleh profit semaksimal mungkin. Konsumen sebagai salah satu elemen, memegang peranan penting dimana dari waktu ke waktu mereka semakin kritis dalam menyikapi suatu produk maka setiap harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan pemecahan dimensi mana yang kurang berkualitas dalam menghadapi konsumen.

Dunia perbankan menyadari bahwa semakin ketatnya persaingan untuk menarik konsumen sehingga diperlukan pemasaran yang berkualitas dan memberikan pelayanan secara prima. Kualitas jasa Menurut Lovelock (1992:229) dan Musselman (1987:294), kualitas jasa diartikan sebagai tingkat mutu Pengawasan mutu dilaksanakan untuk mencapai mutu yang baik sesuai dengan keinginan konsumen.

Di Indonesia ada 6 kelompok bank yaitu : Bank Persero (BUMN), Bank Umum Swasta Nasional Devisa, Bank Umum Nasional Non Devisa, Bank Pembangunan Daerah, Bank Campuran, dan Bank Asing (Info Bank, November 2005). Dalam penelitian ini akan di bahas mengenai salah satu Bank umum swasta nasional yaitu PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk
Bank Tabungan Pensiunan Nasional mempunyai 4 produk pokok dan layanan yaitu :

1. Produk Tabungan
2. Produk Pensiun
3. btpn mitra usaha rakyat
4. Produk Syariah

PT. Bank BTPN Tbk Cabang Jambi dibuka dengan menawarkan konsep terfokus kepada pelayanan terhadap segmen Pensiunan. Salah satu yang termasuk kedalam klasifikasi Perbankan yang hadir segmen pertama khusus pensiun di kota Jambi adalah PT. BTPN Cabang Jambi mulai beroperasi pada tanggal 25 Juni 2008 yang beralamat di Jl. Husni Thamrin No.51-52 Simpang Kapuk Jambi.

Tabel 1. Jumlah Populasi BTPN dan Jumlah potensial BTPN di kantor Cabang Jambi Periode Tahun 2008-2009

SEGMENT	MARKET		REALISASI	
	Population	Potential	2008	2009
	22.697	10.667	704	1.310

Sumber : PT.BTPN KC Jambi, 2010

Berdasarkan data Populasi diatas Kantor cabang Jambi dengan NOA sebesar 22.697 dan yang potensial untuk menjadi nasabah sesuai dengan kelayakan dan BSQ Bank BTPN adalah sebesar 10.667. Adapun realisasi kredit sebanyak 704 pada tahun 2008 dan naik menjadi 1.310 pada tahun 2009.

Berdasarkan perkembangan tersebut terjadi peningkatan jumlah realisasi sebesar 606 atau 86,08% namun peningkatan tersebut masih jauh dari potensial pasar Bank BTPN. Hal ini menunjukkan bahwa PT. BTPN Tbk Cabang Jambi, masih harus melakukan berbagai pelayanan yang berdasarkan dengan kualitas jasa perbankan (*Banking Service Quality* (BSQ)). Kondisi ini perlu mendapatkan perhatian yang serius supaya dapat terus meningkatkan pelayanan kepada nasabah sehingga pelayanan yang telah diberikan memberikan kepuasan kepada nasabah oleh kantor Cabang PT. BANK BTPN Tbk Jambi.

Dalam upayanya untuk mengembangkan konsep dan pengukuran kualitas pelayanan bagi industri jasa perbankan, Bahia dan Nantel (2000) mengembangkan konsep dan pengukuran kualitas pelayanan yang disebut dengan *Banking Service Quality* (BSQ). *Banking Service Quality* ini terdiri dari enam dimensi yaitu (Bahia dan Nantel 2000, p.87) :

1. Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*)
2. Akses (*Access*)
3. Harga (*Price*)
4. Keterwujudan (*Tangible*)
5. Poertofolio Jasa (*Service Portofolio*)
6. Kehandalan (*Reliability*)

Banking Service Quality yang dikembangkan oleh Bahia dan Nantel (2000) tersebut memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman *et al.* (1985) dan secara khusus diperlakukan bagi sektor industri jasa perbankan sehingga lebih memadai untuk diterapkan pada perusahaan jasa perbankan dibandingkan *SERVQUAL* yang merupakan jbaran umum dari karakteristik industri jasa. Bahia dan Nantel (2000, p.89) menyarankan agar dalam penelitian yang melibatkan pengukuran kualitas pelayanan di sektor industri perbankan menggunakan BSQ.

Penelitian ini akan melakukan kajian mengenai pengaruh dari dimensi-dimensi *Banking Service Quality* terhadap kepuasan nasabah PT. BTPN Tbk pada Kantor Cabang Jambi. Agar dapat perlu meningkatkan kualitas pelayanannya guna meningkatkan kepuasan nasabah Bank PT. BTPN Tbk

Maka penulis tertarik untuk mengajukan penelitian dan mengangkat masalah “*PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA PERBANKAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada PT. BTPN Tbk Cabang Jambi)*”

Perumusan Masalah

Bank Nasabah Pensiunan Nasional Tbk sebagai salah satu Bank Swasta yang juga merasakan dampak persaingan antar bank yang makin ketat tersebut. Untuk mengatasinya perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan agar tercapai kepuasan nasabah. Mengacu pada hal tersebut di atas maka pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Bagaimanakah Pengaruh dari *Banking*

Service Quality terhadap kepuasan nasabah PT.BTPN Tbk pada kantor Cabang Jambi baik secara simultan maupun parsial ?

Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan dimensi kualitas *Banking Service Quality* serta kepuasan nasabah PT. Bank BTPN Tbk Cabang Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas *Banking Service Quality* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BTPN Tbk Cabang Jambi

Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank BTPN Cabang Jambi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan guna meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Bagi pihak-pihak yang ingin mengkaji bidang yang sama, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan pijak dan landasan pemikiran untuk penelitian selanjutnya.

Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan jelas pada pokok permasalahan yang di telah maka peneliti membatasi pada bidang Manajemen Pemasaran. Pengukuran variabel kualitas pelayanan jasa perbankan (*Banking Service Quality/BSQ*) Objek yang digunakan pengguna pelayanan pensiunan tahun 2008-2009 di PT. BTPN Tbk Kantor Cabang Jambi.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi-definisi

Konsep Manajemen Pemasaran

Ada beberapa pendapat yang mengemukakan tentang Manajemen Pemasaran.

Manajemen

George IL Terry (2005:1) memberikan definisi manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Definisi ini memandang, bahwa manajemen sebagai suatu proses mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pelaksanaan dan sampai kepada pengawasannya.

Pengertian Bank

Menurut H. Malayu SP Hasibun, mendefenisikan bahwa bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam asset keuangan serta bermotifasi provit dan juga sosial, jadi hanya mencari keuntungan saja. Bank juga mempunyai dua fungsi yaitu menghimpun dana dari masyarakat, seperti dalam bentuk giro, deposito, dan tabungan serta memberikan sosialisasi kredit jasa.

Kepuasan

Menurut Kotler & Keller (2008 ; 177) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Banking Service Quality (BSQ)

Bahia dan Nantel (2000) mengembangkan metode pengukuran baru untuk mengukur kualitas pelayanan bagi industri perbankan yang disebut dengan *Banking Service Quality (BSQ)*. Bahia dan Nantel (2000) mengembangkan BSQ karena *SERVQUAL* maupun pengukuran-pengukuran kualitas pelayanan lain banyak dikritik dan terbukti memiliki kelemahan-kelemahan. Dalam pembentukan kualitas pelayanan untuk jasa perbankan tersebut, Bahia dan Nantel (2000) menggunakan kerangka bauran pemasaran yang dikembangkan oleh Booms dan Bitner (1981) dalam Bahia dan Nantel (2000, p. 85) yang biasa disebut dengan 7P yaitu:

1. Produk/Jasa (*product and service*)
2. Tempat (*place*)
3. Proses (*process*)
4. Partisipan (*participant*)
5. Lingkungan Fisik (*physical surrounding*)
6. Harga (*price*)
7. Promosi (*promotion*)

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka diperoleh 6 dimensi yang selanjutnya disebut kualitas pelayanan jasa perbankan (*Banking Service Quality*) yang terdiri dari:

1. Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*)
2. Akses (*Access*)
3. Harga (*Price*)
4. Keterwujudan (*Tangible*)
5. Portofolio Jasa (*Service Portofolio*)
6. Keandalan (*Reliability*)

Banking Service Quality (BSQ) terbukti valid dan lebih baik apabila dibandingkan dengan *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1985). Pada Tabel 2.1 berikut ini dapat dilihat perbandingan antara BSQ dengan *SERVQUAL*.

Tabel 2. Perbandingan *SERVQUAL* dengan BSQ

Keterangan	SERVQUAL	BSQ
1. Loading	< 0,500	0,570 hingga 0,890
2. Struktur Variabel	5 Dimensi	6 Dimensi
3. Domain Aplikasi	Semua bidang jasa	Bidang perbankan
4. Keandalan	0,720 < < 0,860	0,780 < < 0,960

Sumber: Bahia dan Nantel (2000), "A Reliable and Valid Measurement Scale For the Perceived Service Quality of Banks," *International Journal of Bank Marketing*, No. 18 Vo. 2. p. 89

Berdasarkan hasil analisis maka diperoleh 6 dimensi *Banking Service Quality* (BSQ), yang kemudian diangkat menjadi variabel penelitian, yaitu :

1. Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*), yang merupakan gabungan antara kompetensi dan tingkat repon yang baik dari karyawan, serta faktor keamanan
2. Akses (*Access*), merupakan persepsi nasabah terhadap peralatan yang modern dan elemen-elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi.
3. Harga (*Price*), merupakan faktor yang berhubungan langsung dengan biaya-biaya yang dikenakan.
4. Keterwujudan (*Tangible*), mengacu kepada suasana, perlengkapan pelayanan dan tampilan pelayanan
5. Portofolio Jasa (*Service Portfolio*), mengarah pada pelayanan yang lengkap dan pelayanan yang konsisten mengikuti perkembangan dunia perbankan.
6. Keandalan (*Reliability*) dibentuk dari dua indikator yaitu sistem pengarsipan yang baik dan tidak terjadinya kesalahan dalam proses penyampaian jasa

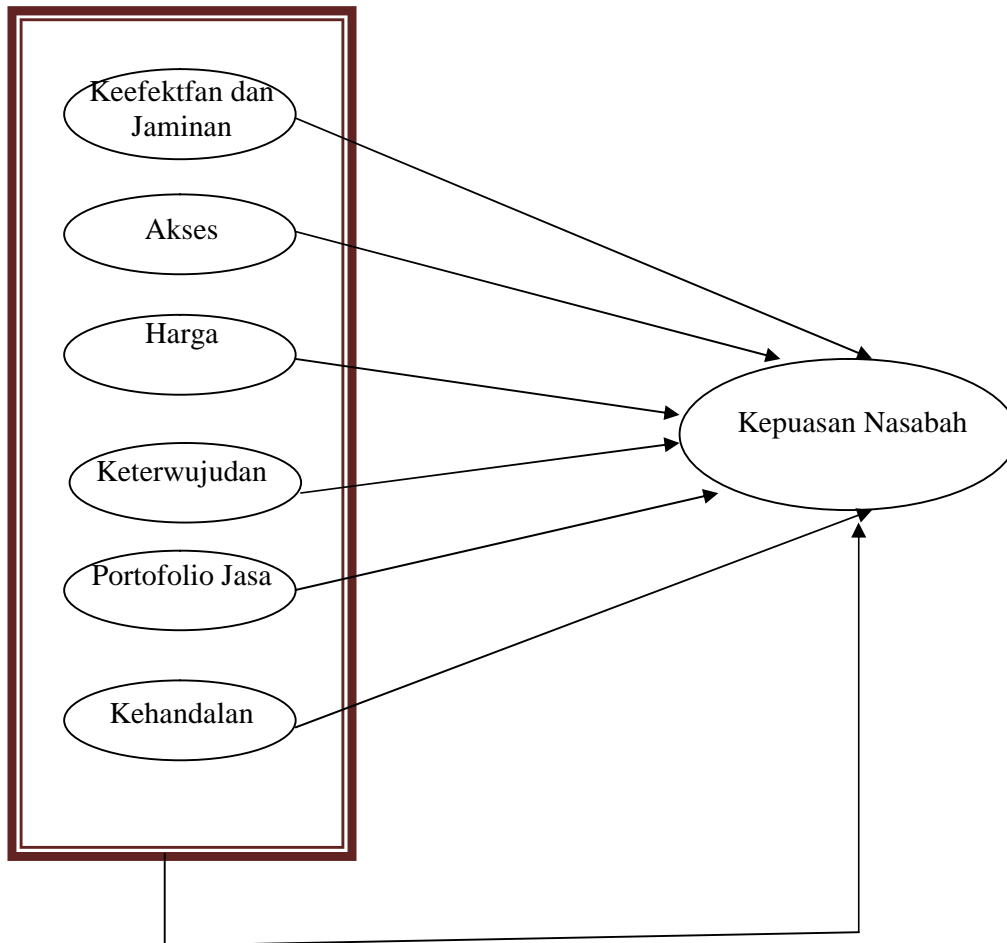
Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan atau biasa disebut nasabah pada industri perbankan merupakan konsep yang sangat terkenal dan senantiasa digunakan pada berbagai disiplin ilmu (Andreassen, 1994, p.20). Terdapat banyak definisi mengenai kepuasan pelanggan di antaranya adalah Oliver (1981, p.25) yang mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan karakteristik dari pelanggan yang merasa *surprise* atas harapannya. Tse dan Wilton (1988, p. 461) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan.

Kerangka Teoritis

Parasuraman et al. (1985, 1988) mengembangkan lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan namun dimensi-dimensi tersebut banyak dikritik oleh para peneliti karena tidak mampu memenuhi karakteristik khusus dari suatu sektor jasa, misalnya jasa perbankan. Sehingga sebagai alternatifnya dikembangkan suatu dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa perbankan yang disebut sebagai *Banking Service Quality* (BSQ). BSQ dikembangkan oleh Bahia dan Nantel (2000) sebagai alat ukur pelayanan pada jasa perbankan yang telah valid dan reliable. Pada penelitian ini dimensi-dimensi dalam BSQ akan dihubungkan dengan kepuasan nasabah.

berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas maka dibentuk kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Hasil Penelitian Sebelumnya

Muerdianto Priyatno berjudul “Pengaruh Dimensi-Dimensi Kualitas Jasa Perbankan (Banking Service Quality) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia (Studi Kasus Pada BRI Cabang Manado) hasilnya bahwa dimensi-dimensi BSQ seperti keefektifan dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio jasa dan keandalan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun secara bersama-sama. Variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan nasabah adalah keterwujudan, disusul variable portofolio jasa, keefektifan dan jaminan, keandalan, akses dan harga. Hal ini menunjukkan bahwa Kantor Cabang Manado perlu meningkatkan kualitas pelayanannya yang dilihat dari dimensi-dimensi BSQ seperti keterwujudan, portofolio jasa, keefektifan

dan jaminan, kehandalan, akses dan harga agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Ringkasan dari penelitian terdahulu yang telah dijabarkan sebelumnya dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel yang Digunakan	Alat Analisis	Hasil
1	Bloemer et al. (1998)	Kualitas pelayanan (SERVQUAL) dan kepuasan nasabah perusahaan perbankan di Belanda	SEM	Kualitas pelayanan yang diukur dengan SERVQUAL berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
2	Angur et al. (1999)	Kualitas pelayanan (SERVQUAL) dan SERVPERF dan kepuasan nasabah perusahaan perbankan di India	<i>Confirmatory factor analysis</i>	Kualitas pelayanan yang diukur dengan SERVQUAL dan SERVPERF berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah
3	Caruana et al. (2000)	Kualitas pelayanan (SERVQUAL) dan kepuasan pelanggan jasa audit	Regresi	Kualitas pelayanan (SERVQUAL) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan jasa audit.
4	Lassar et al. (2000)	Kualitas pelayanan (SERVQUAL) dan kepuasan nasabah <i>private banking</i>	Regresi	Kualitas pelayanan (SERVQUAL) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah <i>private banking</i>
5	Lee et al. (2000)	Kualitas pelayanan (SERVQUAL) dan kepuasan pelanggan	Regresi	Kualitas pelayanan (SERVQUAL) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
6	Bahian dan Nantel (2000)	Keefektifan dan Jaminan (<i>Effectiveness and Assurance</i>), Akses (<i>Access</i>), Harga (<i>Price</i>), Keterwujudan (<i>Tangible</i>), Portofolio Jasa (<i>Service Portfolio</i>), dan Kehandalan (<i>Reliability</i>) sebagai pembentuk BSQ, dan dimensi-dimensi dalam SERVQUAL	Analisis Faktor dan Uji Validitas dan Reliabilitas	Keenam dimensi yang dibentuk tersebut (BSQ) terbukti lebih valid dan reliable dibandingkan dengan SERVQUAL

Sumber : Berbagai sumber jurnal penelitian, 2010

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Data deskriptif pada umumnya dikumpulkan melalui daftar pertanyaan (kuesioner) dalam survei, wawancara ataupun observasi.

Metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik (Maholtra, 2005; 196). Terstruktur disini merujuk pada tingkat standarisasi yang diterapkan pada proses pengumpulan data. Dalam sebuah kuesioner umumnya, kebanyakan pertanyaan adalah pertanyaan alternatif tetap yang meminta responden memilih serangkaian tanggapan yang sudah ditentukan.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa Perbankan di PT. Bank BTPN Tbk Cabang pada tahun 2008 -2009 dengan jumlah sebanyak 2.014 Nasabah.

Sampel

1. Unit sampel dan lokasi penelitian

Adapun besarnya sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian harus dapat mewakili populasi yang akan diteliti, maka ditetapkan besarnya sampel sebanyak 95 responden yang dianggap telah mewakili populasi yang ada. Hal ini dapat dibuktikan dengan rumus Slovin (*dalam* Husein, 2003) dimana rumus ini sering digunakan dalam penelitian dengan metode sampling, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad = \text{Dimana}$$

N= Ukuran Populasi

n = Ukuran Sampel

e = Persentase kelonggaran ketidak pastian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolelir 10%

$$n = \frac{2.014}{1 + 2.014(0.1)^2}$$

$$= 95.$$

2. Teknik Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*, artinya peneliti tidak memberikan setiap elemen populasi mempunyai peluang diketahui dan peluang yang sama untuk dipilih. Sampel diambil dari prosedur acak dari bingkai sampling (Nares K.Maholtra:377)

Metode Pengumpulan Data dan Uji Reliabilitas dan Validitas

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi dalam dua kategori. Kedua kategori tersebut adalah pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder dan telah menyebarkan kuisisioner 30 kepada nasabah untuk menguji setiap Instrumen pertanyaan yaitu uji reabilitas dan validitas.

Penelitian Lapangan (*Field Research*)

1. Daftar Pertanyaan (*Kuisisioner*)

Tehnik pengumpulan data dengan jalan melakukan pembagian daftar pertanyaan/kuesioner langsung ke objek penelitian. Tehnik pengumpulan data dengan jalan melakukan pembagian daftar pertanyaan/kuesioner langsung ke objek penelitian.

Keterangan jawaban :

Skala 1 = Sangat tidak setuju, diberi bobot nilai 1

Skala 2 = Tidak setuju, diberi bobot nilai 2

Skala 3 = kurang setuju, diberi bobot nilai 3

Skala 4 = Setuju, diberi bobot nilai 4

Skala 5 = Sangat setuju, diberi bobot 5

Responden memberikan jawaban untuk setiap pertanyaan dengan cara menconteng atau melingkari jawaban yang sesuai menurutnya. Penyebaran kuesioner langsung kepada pengguna Pelayanan Jasa Perbankan di PT. BTPN tbk Cabang Jambi Cara pengumpulan kuesioner yaitu peneliti memberi waktu minimal 15 menit pada responden dalam mengisi kuesioner. Kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan langsung pada peneliti.

2. Wawancara (*Interview*)

Mengadakan Tanya jawab dengan manajemen PT. Bank BTPN (Persero) baik pimpinan, karyawan maupun responden yang dapat memberikan penjelasan langsung ataupun tidak sebagai pelengkap penulisan ini.

Penelitian Pustaka (*Library Research*)

Dalam penulisan ini selain melalui penelitian lapangan, penulis juga melakukan penelitian pustaka melalui pengamatan data yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari dan mengutip dari buku literature, internet serta sumber-sumber lain yang berhubungan erat dengan penulisan ini.

Metode Analisa

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari analisa deskriptif dan analisa kuantitatif, yaitu :

1. Metode Analisa Deskriptif adalah analisa data yang dilakukan terbatas pada teknik pengolahan datanya, seperti pengecekan data dan tabulasi, dalam hal ini sekedar membaca Tabel, Tabel atau angka yang tersedia, kemudian melakukan uraian pada penafsiran.
2. Metode Analisa Kuantitatif adalah analisa yang mempergunakan alat analisa bersifat kuantitatif. **PASW** Statistics 18 yaitu Perubahan **SPSS**. (*Statistical Package for the sosial Science*) adalah Program komputer yang dipakai untuk analisa statiska sejak tanggal 28 Juli 2009, SPSS disebut sebagai **PASW** (*Predictive Analytic Software*) Karena perusahaan ini telah dibeli oleh perusahaan IBM dengan harga US\$ 1,2 Milyar. (sumber :<http://wikipedia.org/wiki/SPSS>)

Analisa Data

Alat analisis

1. Instrument Pengukuran

Karena metode pengumpulan data untuk mengukur keputusan menggunakan, digunakanlah *Derivend Sattisfaction*, maka untuk menghitung skor yang diperoleh

dari hasil pengisian kuisioner digunakan alat analisis *Skala Likert* (Husein Umar, 2003). Dimana bobot yang diberikan sebagai berikut :

1 = Sangat Setuju	Skor = 1
2 = Setuju	Skor = 2
3 = Netral	Skor = 3
4 = Tidak Setuju	Skor = 4
5 = Sangat Tidak Setuju	Skor = 5

2. Alat Analisis

Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur pengaruh yang timbul dari beberapa variabel independent terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan program PASW 18.0 for Windows.

Model persamaan linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = + 1X_1 + 2X_2 + 4X_4 + 5X_5 + 6X_6 + e$$

Keterangan:

Y	: Kepuasan Nasabah
	: Konstanta
b	: Koefisien Regresi
X ₁	: Dimensi keefektifan dan jaminan
X ₂	: Dimensi akses
X ₃	: Dimensi harga
X ₄	: Dimensi keterwujudan
X ₅	: Dimensi portofolio jasa
X ₆	: Dimensi kehandalan
e	: error
1, 2, 3, 4, 5, 6	: Koefisien regresi

Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya penelitian. Uji validitas menggunakan analisis kolerasi person, keputusan mengetahui valid tidaknya butir instrumen.

b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui indeks reabilitas dapat dilakukan dengan teknik belah-dua dari *Spearman Brown*. Koefisien split-half merupakan model *consistency score* berdasarkan korelasi antara separuh butir-butir pertama dan separuh butir-butir kedua yang ekuivalen.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji ini dilakukan setelah melakukan analisis Regresi dan Koefisien Determinasi. Uji Asumsi Klasik terdiri dari:

- Uji normalitas
- Uji Autokorelasi
- Uji Multikolinieritas
- Uji Heteroskedastisitas

Definisi Operasional Variabel

Pengukuran variable kualitas pelayanan jasa perbankan (*Banking Service Quality/BSQ*) yang terdiri dari 6 dimensi yaitu keefektifan dan jaminan (*Effectiveness and Assurance*), Akses (*Access*), Harga (*Price*), Keterwujudan (*Tangible*), Portofolio Jasa (*Service Portfolio*), dan Kehandalan (*Reliability*) akan diukur dengan menggunakan item-item pertanyaan yang dikembangkan oleh Bahia dan Nantel (2000), sedangkan variabel kepuasan nasabah akan diukur dengan menggunakan item-item pertanyaan yang dikembangkan oleh Tse dan wilton (1988). Berikut ini akan dijelaskan mengenai definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	SKALA UKUR
Keefektifan dan Jaminan (X_1)	Mengacu kepada kecakapan, ketanggapan, kredibilitas, keamanan, empati serta komunikasi Efektif adalah pelayanan yang mudah dan tidak sulit Jaminan adalah pihak bank senantiasa menjaga kerahasiaannya memberikan jaminan atas dana yang disimpan oleh para nasabahnya (merupakan gabungan antara kompetensi dan tingkat repon yang baik dari karyawan, serta faktor keamanan)	<ul style="list-style-type: none"> • Percaya menabungkan uang di Bank • Menjaga kerahasiaan nasabah • Karyawan terlatih dengan baik dalam melayani nasabah • Memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan 	Ordinal
Akses (X_2)	Akses kepada pelayanan teller yang berupa pegawai bank ataupun ATM. (merupakan persepsi nasabah terhadap peralatan yang modern dan elemen-elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi)	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki jumlah teller yang memadai • Antrian di Bank BTPN Cabang Jambi dapat berjalan dengan cepat • Jumlah ATM sudah memadai 	Ordinal
Harga (X_3)	Harga dalam artian moneter dan konsepsi yang luas Bahia dan Nantel (2000, p. 85) harga dapat dilihat dari sisi moneter maupun pengorbanan yang diberikan nasabah guna memperoleh pelayanan suatu bank	<ul style="list-style-type: none"> • menjelaskan secara rinci mengenai biaya yang dikenakan • Jumlah tabungan yang disyaratkan pada saat pembukaan rekening dan kredit di Bank BTPN Cabang Jambi adalah wajar • Biaya yang dikenakan kepada nasabah oleh Bank BTPN Cabang Jambi sesuai dengan yang diberikan 	Ordinal
Keterwujudan (X_4)	Lingkungan yang mendukung suatu pelayanan yang mengacu kepada pelayanan yang efektif serta hal-hal yang mendukung pelayanan secara akurat Bahiadan Nantel (2000, p. 85)	<ul style="list-style-type: none"> • Selalu memberikan laporan jumlah rekening dan uang yang tepat dan akurat • Fasilitas dalam kantor • Dekorasi dan fasilitas Bank sangat menarik 	Ordinal
Portopolio jasa (X_5)	Dimensi portofolio jasa, Bahia dan Nantel (2000, p. 85) menyatakan bahwa dimensi bidang pelayanan yang dilakukan oleh suatu bank	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki pelayanan yang Cukup seperti Transfer rekening dan pengambilan uang diseluruh Cabang di Indonesia • Program kesehatan gratis dan wirausaha bermanfaat bagi anda. • Bank Menjamin SK (surat Keputusan Pensiun) yang aman bagi anda 	Ordinal
Kehandalan (X_6)	Bahia dan Nantel (2000, p. 91) kemampuan untuk memberikan jasa sebagaimana yang dijanjikan secara akurat.	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan Bank dapat memberikan penjelasan dalam pinjaman kredit • Bank (Credit Admin) memiliki sistem pengarsipan yang baik dan teratur ketika meminta berkas nasabah • Bank mempunyai syarat yang mudah untuk persyaratan pinjaman 	Ordinal
Kepuasan Nasabah (Y)	Respon nasabah terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan (Tse dan wilton (1988 p :461)	<ul style="list-style-type: none"> • Mempercayakan Bank BTPN Cabang Jambi sebagai tempat bertransaksi • Perasaan saya terhadap pelayanan 	Ordinal

		yang diberikan karyawan Bank BTPN Jambi • Saya berkeinginan mencari jasa pelayanan yang berkualitas sama dengan pelayanan Bank BTPN Cabang Jambi	
--	--	---	--

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan responden nasabah Bank PT. Bank BTPN Cabang Jambi yang yang bertransaksi. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 95 orang khususnya nasabah Pensiunan.

Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini dapat diketahui yaitu mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 56 s/d 65 tahun yaitu sebanyak 66 orang atau 66% dari 96 responden dalam penelitian.

Berdasarkan Jenis Kelamin

Dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden adalah berjenis kelamin Pria berjumlah 57 orang atau 57 % dari 96 orang responden. Ini menunjukkan bahwa nasabah Bank BTPN Cabang Jambi lebih banyak jenis kelamin laki-laki.

Berdasarkan Jenis Alamat

kelompok berdasarkan alamat diketahui bahwa kecamatan kota baru dengan kelurahan Jelutung telah diketahui mempunyai nasabah yang paling banyak dan disebarkan sebesar 30 responden dengan persentase sebesar 30%

Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Diketahui bahwa tingkat pendidikan yang paling banyak sebagai nasabah Bank BTPN cabang Jambi adalah dengan tingkat pendidikan SLTA yaitu sebanyak 34 orang atau 38% dari 96 responden.

Berdasarkan Pekerjaan

Hal ini menunjukkan bahwa paling besar responden berdasarkan pekerjaan adalah pensiunan dengan persentase 55% dan yang lainnya adalah nasabah yang aktif dengan asumsi bahwa yang bersangkutan adalah pensiunan janda dan duda.

Berdasarkan berapa lama menjadi nasabah Bank BTPN Cabang Jambi

Diketahui nasabah diatas 24 bulan sebesar 37 orang responden atau 37% dengan total responden 96 orang dalam penelitian ini.

Berdasarkan Pendapatan nasabah Bank BTPN Cabang Jambi

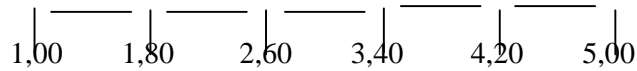
maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan nasabah dibawah Rp.2.000.000 yang paling banyak dalam respondent ini yaitu 49 orang respondent.

Hasil Penelitian

Di dalam skala likert tersebut digunakan 1 sampai 5 yang masing-masing skala tersebut diberi bobot nilai. Adapun rentang nilai skala yang mempertimbangkan informasi interval, menurut pendapat Durianto (2001) yang didasarkan penggunaan skala likert adalah sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Banyak kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sehingga posisi keputusannya menjadi :



Rentang nilai :

- 1,00 – 1,80 termasuk kategori sangat tidak setuju
- 1,81 – 2,60 termasuk kategori tidak setuju
- 2,61 – 3,40 termasuk kategori cukup setuju
- 3,41 – 4,20 termasuk kategori setuju
- 4,21 – 5,00 termasuk kategori sangat setuju

Tabel 5. Hasil Penelitian dimensi kualitas Jasa Perbankan

NO	DIMENSI	RATA2	RENTANG NILAI	KETERANGAN
1	KEEFEKTIVAN & JAMINAN	3,74	3,41-4,20	Setuju/Efektif
2	AKSES	3,95	3,41-4,20	Setuju/Efektif
3	HARGA	3,80	3,41-4,20	Setuju/Efektif
4	KETERWUJUDAN	3,81	3,41-4,20	Setuju/Efektif
5	PORTOPOLIO JASA	4,09	3,41-4,20	Setuju/Efektif
6	KEHANDALAN	3,78	3,41-4,20	Setuju/Efektif

Sumber : data diolah 2010

Berdasarkan table di atas hasil penelitian diketahui bahwa dimensi kualitas jasa perbankan mempunyai rentang nilai 3,41-4,20 dengan rata-rata 3,74-4,09 dengan kategori Setuju, hal ini menunjukkan dimensi kualitas jasa Efektif .

Pembahasan

Kepuasan nasabah merupakan kunci keberhasilan suatu organisasi dan perusahaan. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing sebuah usaha jasa adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan tercapai (Kotler;1997). Day dalam Tse dan Wilson (1988, p. 459) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan (diskonfirmasi) yang dirasakan

antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian, Pelayanan yang berkualitas mampu membuat nasabah puas dan berkeinginan untuk melanjutkan transaksi dengan perusahaan perbankan serta lebih dari itu, pelayanan yang berkualitas bahkan mampu membedakan suatu perbankan dengan perusahaan perbankan lain (Allred dan Addams, 2000), Perbankan adalah salah satu sektor ril yang mendukung perekonomian bangsa maka diharapkan untuk memberikan upaya yang optimal dalam memenuhi dimensi kualitas jasa perbankan terhadap kepuasan nasabah.

Untuk mengetahui Dimensi kualitas jasa perbankan ini berpengaruh terhadap pelayanan pada Bank BTPN cabang Jambi baik secara simultan dan parsial, maka dilakukan pengukuran mutu dimensi kualitas jasa perbankan. Dalam hal ini penulis menggunakan Banking Service Quality yang dikembangkan oleh Bahia and Nantel 2002. Banking service Quality adalah metode pengukuran baru untuk mengukur kualitas pelayanan bagi industri perbankan yang Bahia dan Nantel (2000) menggunakan kerangka bauran pemasaran yang dikembangkan oleh Booms dan Bitner (1981) dalam Bahia dan Nantel (2000, p. 85) yang biasa disebut dengan 7P yaitu: Produk/Jasa, Tempat, Proses), Partisipan, Lingkungan Fisik, Harga, Promosi dalam pengukuran kalitas jasa perbankan yaitu: Keefektivan dan jaminan, Akses, Harga, Keterwujudan, Portopolio jasa, Keandalan terhadap kepuasan nasabah Bank BTPN cabang Jambi, diambil sampel *Simple Random Sampling*, artinya peneliti tidak memberikan setiap elemen populasi mempunyai peluang diketahui dan peluang yang sama untuk dipilih. Sampel diambil dari prosedur acak dari bingkai sampling (Nares K.Maholtra:377) sebanyak 95 responden.

Hasil analisis data pada 95 nasabah Bank BTPN cabang Jambi diketahui Responden yang diperoleh dalam penelitian ini berdasarkan kelompok usia responden yang berusia 46 s/d 75 tahun dengan umur responden yang paling banyak berjumlah berusia 56 s/d 65 tahun yaitu sebanyak 66 orang atau 66% Terjadinya persentase yang cukup besar pada usia 56 s/d 60 dikarenakan dengan usia tersebut dapat meminjam dengan jangka waktu lama dan kebutuhan banyak untuk memulai wirausaha dimasa pensiun, sedangkan usia 45 s/d 50 hanya 3 % dikarenakan persyaratan sesuai dengan Persetujuan Approval Memorandum (PAM) hanya diperkenankan pada saat usia 48 tahun minimal pada saat pinjam dan usia 70 s/d 75 hanya 4 % dikarenakan masa jangka waktu minimal pinjaman yang pendek dan hanya bisa pinjam sampai usia 75 tahun lunas pinjaman kredit. Responden yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa Jenis Kelamin pria berjumlah 57 orang atau 57 % diikuti dengan wanita 39 orang atau 39%, berdasarkan alamat tempat tinggal Distribusi Responden Berdasarkan Alamat dengan dibagi per kecamatan dan perkelurahan bahwa kecamatan kota baru penyebarang kuisisioner sebanyak 30 orang atau sebesar 30%. Dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden nasabah bank BTPN Cabang Jambi adalah tingkat pendidikan adalah dengan tingkat pendidikan SLTA yaitu sebanyak 34 orang atau 34% yang paling banyak. Analisis berdasarkan pekerjaan bahwa paling besar responden berdasarkan pekerjaan adalah pensiunan dengan persentase 55%, bahwa nasabah yang jangka waktu pelayanan jasa perbankan di bank BTPN Cabang Jambi pada saat telah transaksi yaitu: dibawah < 24 bulan sebanyak 21 orang dengan persentase 21 % dan diatas 24 bulan sebesar 37 orang responden atau 37%, berdasarkan berapa lama menjadi nasabah Bank BTPN Cabang Jambi dapat dikelompokkan bahwa pendapatan nasabah dibawah Rp.2.000.000 yang paling banyak dalam respondent ini yaitu 49 orang respondent.

Hasil pengujian pada instrumen penelitian menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan valid dan pertanyaan pada tiap variabel menunjukkan yang reliabel, sehingga instrumen sah untuk digunakan penvarian data. Selain itu semua variabel menggunakan pendekatan Statistik, yang dalam hal ini adalah regresi linier berganda. Pada penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas antar variabel Independent (bebas), sehingga layak digunakan sebagai model untuk analisis data penelitian.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diketahui bahwa dimensi kualitas jasa perbankan (*Banking Service Quality*) Keefektivan dan jaminan, Akses, Harga, Keterwujudan, Portopolio Jasa, Kehandalan dapat menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 0,634 %. Hasil data yang diolah menunjukkan bahwa variabel-variabel yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BTPN Jambi, berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa semua variabel berpengaruh signifikan dan semua variabel berarah positif hanya variabel Harga yang berarah negatif dikarenakan jika variabel Harga ditingkatkan maka akan mengurangi kepuasan nasabah, diharapkan pihak Bank dapat menurunkan suku bunga dan tidak anuitas tetapi flat, biaya administrasi, dan asuransi, hal ini merupakan tantangan bagi Pihak Bank BTPN cabang Jambi dikarenakan menurunkan harga berarti mengurangi pendapatan biaya bagi Bank.

Dari hasil penelitian, variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BTPN cabang Jambi adalah Variabel Keefektivan dan Jaminan, Hal ini menunjukkan bahwa Bank BTPN cabang Jambi telah mampu memberikan pelayanan yang profesional yang Mengacu kepada kecakapan, ketanggapan, kredibilitas, keamanan, empati serta komunikasi (*Confidence, confidentiality, well trained personnel dan delivering when promises.*) yaitu percaya menabung di bank, menjaga kerahasiaan Bank, terlatih dengan baik melayani nasabah dan memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan". Selain itu variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah adalah Portopolio jasa mengarah pada pelayanan yang lengkap dan pelayanan yang konsisten mengikuti perkembangan dunia perbankan hal ini melalui transfer rekening, pelayanan bank pada umumnya dan pelayanan program kesehatan yang dilakukan secara gratis, snack gratis, bazar murah serta dialog kesehatan gratis yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BTPN cabang Jambi.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini bisa menjadi masukan dan panduan Bank BTPN cabang Jambi khususnya ataupun perbankan pada umumnya, mengenai variabel-variabel atau dimensi kualitas jasa perbankan yang dikenal dengan *Banking Service Quality* yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam memilih Bank. Berdasarkan Pengaruh Dimensi Kualitas jasa perbankan pada Bank BTPN cabang Jambi yang diteliti, terlihat bahwa variabel Harga (X_3) memiliki pengaruh yang negatif. Hal ini berarti, dengan semakin tingginya dimensi Harga maka membuat nasabah tidak terpuaskan dengan menurunkan suku bunga, biaya administrasi serta biaya-biaya tatalaksana dan asuransi maka nasabah akan semakin terpuaskan, walaupun kondisi ini masih kategori terpuaskan dan jika Harga tidak diperhatikan maka akan membuat nasabah tidak puas. Dengan keadaan yang sekarang ini, variabel Harga Bank BTPN cabang Jambi sudah dianggap cukup berpengaruh terpuaskan oleh para Bank BTPN cabang Jambi dianggap sudah cukup mampu memberikan kepuasan pada para nasabahnya

dikarenakan pelayanan yang mudah dan pencairan yang cepat dengan implimentasi melalui syarat mudah dan pencairan yang hanya 1 jam bisa terima kredit.

Sedangkan kelima variabel lainnya, yaitu X_1 (Keefektifan & Jaminan), X_2 (Akses), X_4 (Keterwujudan), X_5 (Portopolio), X_6 (Kehandalan) memiliki pengaruh yang positif. Hal ini berarti, Bank BTPN cabang Jambi telah mampu mewujudkan kelima variabel tersebut, sesuai dengan yang ingin diperoleh nasabahnya dari Bank. Apabila kinerja kelima variabel ini ditingkatkan lagi, maka dipastikan akan semakin mempengaruhi serta meningkatkan kepuasan nasabah untuk menjadikan Bank BTPN cabang Jambi pilihan utamanya, dibandingkan Bank lainnya yang ada di kota Jambi.

Tetapi secara simultan terlihat bahwa Dimensi kualitas jasa perbankan (Banking Service Quality) mempengaruhi Kepuasan nasabah Pada Bank BTPN cabang Jambi oleh nasabahnya hanya sebesar 63,4%. Hal ini berarti masih terdapat 37,6% variabel lain diluar penelitian, yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah. Variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pada Bank BTPN, bisa coba diteliti pada penelitian selanjutnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Besarnya kontribusi dimensi *Banking service Quality* **berpengaruh secara simultan** terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah 0,634 atau 63,4 % (*Moderate corelation*) dan memiliki arah yang positif. Sisanya sebesar 0,376 atau 37,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian. Hal ini berarti bahwa Keefektifan & Jaminan menjadi faktor utama yang menjadi pertimbangan Kepuasan nasabah di kota Jambi.
2. Besarnya kontribusi Keefektifan & Jaminan (X_1) secara parsial mempengaruhi Kepuasan nasabah (Y) pada Bank BTPN adalah sebesar 0,480 atau 0,480% dan memiliki arah yang Positif. Hal ini berarti, nasabah sangat memikirkan variabel Keefektifan & Jaminan dari Bank BTPN cabang Jambi. Dengan keadaan yang sekarang ini, variabel Keefektifan & Jaminan sangat berperan bagi kepuasan nasabah.
3. Besarnya kontribusi Akses (X_2) secara parsial mempengaruhi Kepuasan nasabah (Y) atas Bank BTPN cabang Jambi adalah sebesar 0,229 atau 22,9 % dan memiliki arah yang Positif. Hal ini berarti, apabila Bank BTPN mampu meningkatkan variabel Keterwujudan pada diri nasabah, maka akan meningkatkan pula kepuasan nasabah pada bank BTPN cabang Jambi dibandingkan Bank lainnya.
4. Besarnya kontribusi Harga (X_3) secara parsial mempengaruhi faktor Kepuasan (Y) nasabah atas Bank BTPN cabang Jambi adalah sebesar -0,443 atau -43,3% dan memiliki arah negatif. Hal ini berarti Harga yang tinggi mempengaruhi dan mengurangi kepuasan nasabah Bank BTPN cabang Jambi. Dengan keadaan sekarang ini, Bank BTPN dianggap sudah cukup mampu memuaskan dan variabel harga harus diperhatikan guna karena semakin tinggi akan mengurangi kepuasan nasabah.
5. Besarnya kontribusi Keterwujudan (X_4) secara parsial mempengaruhi nasabah atas Kepuasan Bank BTPN cabang Jambi 0,256 atau 25,6% dan memiliki arah

- yang positif. Hal ini berarti, apabila Bank BTPN mampu meningkatkan variabel Keterwujudan pada diri nasabah, maka akan meningkatkan pula kepuasan nasabah pada bank BTPN cabang Jambi dibandingkan Bank lainnya.
6. Besarnya kontribusi Portopolio (X5) secara parsial mempengaruhi faktor kepuasan (Y) nasabah atas Kepuasan Bank BTPN cabang Jambi 0,425 atau 42,5% dan memiliki arah yang positif. Hal ini berarti, apabila Bank BTPN mampu meningkatkan variabel Keterwujudan pada diri nasabah, maka akan meningkatkan pula kepuasan nasabah pada Bank BTPN cabang Jambi
 7. Besarnya kontribusi Kehandalan (X6) secara parsial mempengaruhi faktor kepuasan (Y) nasabah atas Kepuasan Bank BTPN cabang Jambi 0,382 atau 38,2% dan memiliki arah yang positif. Hal ini berarti, apabila Bank BTPN mampu meningkatkan variabel Kehandalan pada diri nasabah, maka akan meningkatkan pula kepuasan nasabah pada bank BTPN cabang Jambi.

Saran

1. Bank BTPN cabang Jambi harus memperhatikan variabel-variabel yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam memilih Bank BTPN cabang Jambi. Banyak faktor lain yang ternyata mempengaruhi selain dari dimensi *Banking Service Quality*. Bank BTPN cabang Jambi harus mempertahankan variabel-variabel yang berpengaruh baik dan selalu berupaya untuk meningkatkannya. Sedangkan variabel-variabel yang berpengaruh tidak baik, harus diperbaiki, ditingkatkan ataupun disesuaikan agar memenuhi harapan dan kepuasan nasabah dari sebuah bank BTPN cabang Jambi. Hal ini sangat perlu untuk diperhatikan, mengingat semakin banyaknya bank yang menawarkan konsep menabung dan pensiunan di kota Jambi dengan tingkat persaingan yang semakin ketat.
2. Bank BTPN cabang Jambi sebaiknya secara rutin mensosialisasikan apa saja produk bank btpn, yang telah ada ataupun yang akan ada, disertai dengan pelayanan kesehatan, berwirausaha dan bunga yang menarik, dalam upaya mempertahankan pelanggan ataupun meraih/mengakuisisi pelanggan baru, karna hal ini sangat berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan dalam memilih suatu Bank, sebagai salah satu kebutuhan dan keperluan untuk memberikan yang terbaik kepada nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2007. Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa, Bandung: CV.Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi, 2007. Metode Penelitian. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bahia, Kamilia dan Jacques Nantel (2000), "A Reliable and Valid Measurement Scale for the Perceived Service Quality of Banks," *International Journal of Bank Marketing*, 18/2, p. 84-91.

- Bloemer, Josee, Ko de Ruyter dan Pascal Peeters (1998), "Investigating Drivers of Bank Loyalty : the Complex Relationship Between Image, Service Quality and Satisfaction." *International Journal of Bank Marketing*, 16/7, p.276-286.
- Bloemer, Josee, Ko de Ruyter dan Martin Wetzels (1999), "Linking Perceived Service Quality and Service Loyalty : a Multi-dimensional Perspective," *European Journal of Marketing*, Vo. 33 No, 11/12, p. 1082-1106.
- Bilson, Simamora, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*
- Cooper, D.R. dan C.W. Emory (1995), *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid 1, edisi kelima, penerbit Erlangga, Jakarta.
- Cronin JJ dan Taylor S. (1992), "Measuring Service Quality : a Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, 56, p. 55-68.
- Denova, Chris dan James D. Power IV, 2007, *Satisfaction*, PT. Elex Komputindo, Jakarta
- Gitosudarmo, Indroyo, 1992, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kelima
- Hair JF, Anderson RE, Tatham RL, Black WC. (1998), *Multivariate Data Analysis*, New Jersey : Prentice-Hall.
- Indratenaya , Yogie (2003) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Kantor Cabang BRI Kalabahi, Nusa Tenggara Timur)*. Masters thesis, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Firdaus, Muhammad, 2008, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, Bumi Aksara, Jakarta
- Kotler, Philip, 1998, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketujuh, PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta
- Lassar, Walfried M, Chris Manolis dan Robert D. Winsor (2000), "Service Quality Perspectives and Satisfaction in Private Banking," *International of Bank Marketing*, Vol. 18., No. 4., p. 181-199.
- Lovelock, Chrisopher H dan Lauren K. Wright, 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cetakan Kedua, PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1991), *Metode Penelitian Survey*, Edisi Revisi, Jakarta, LP3ES.
- Maholtra, Naresh.K, 2010, *Riset Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, PT. Indeks, Jakarta

- Murdianto, Indriyatno (2003) “Pengaruh Dimensi-dimensi Kualitas Jasa Perbankan (*Banking Service Quality*) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Manado)” *Tesis Universitas Diponegoro Semarang*.
- Murdoko, E. Widiyo Hari, 2007, *Great Customer Service*, PT. Alex Media Komputindo, Jakarta
- Parasuraman A, Berry L, dan Zeithaml V. (1991), “SERVQUAL : a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” *Journal of Retailing*, 64, p. 12-37.
- Rangkuti, Freddy, 2007, *Riset Pemasaran*, Edisi Kedelapan, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
-, 2003, *Measuring Customer Satisfactio*, Edisi Kedua, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Umar, Husein , 2003, *Metode riset bisnis*, Gramedia, Jakarta
- Usman, Husnaini & Setiady, R.Purnomo, 2003, *Pengantar Statistika*, Bumi Aksara, Jakarta
- Simamora, Bilson 2008, *Panduan Riset Perilaku Pelanggan*, PT. Gramedia, Jakarta
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie, 2008, *Perilaku Pelanggan*, PT. Indeks, Jakarta
- Tse, D.K. dan P.C. Wilson (1988), “Models of Consumer Satisfaction Formation : an Extension,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 25, p. 204-212.
- Tjiptono, Fandy & Chandra , Gregorius, 2005, *Service, Quality and Satisfaction*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Trihendradi, Cornelius, 2005, *Analisis Data Statistik*, Penerbit Andi, Yogyakarta