

Pengaruh *Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* Terhadap Pelayanan *Automatic Teller Machine* Bank Central Asia Di Yogyakarta

Asih Ayu Subekti

Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

Abstrak

This study aims to determine whether tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy affect the service provided BCA either simultaneously or partially. This research using the descriptive nature of the research. The population in this study is user BCA ATM in Yogyakarta and sample as many as 50 people. The variables in this study consists of tangible (X^1), Reliability (X^2), Responsiveness (X^3), Assurance (X^4), Empathy (X^5), and services (Y). Methods of data collection using questionnaires.

The results showed: 1) There is a positive and significant correlation between BCA ATM user satisfaction with the services provided by Bank Central Asia is reflected in the regression equation was as follows: There is a positive and significant correlation between tangible (X^1 and services (Y), significant can be seen with significant value = $0.000 < 0.05$. 3) There is a positive and significant correlation between reliability (X^2) and services (Y), significant can be seen with significant value = $0.000 < 0.05$. 4) There is a positive and significant correlation between responsiveness (X^3) and services (Y), significant can be seen with significant value = $0.004 < 0.05$. 5) There is a positive and significant correlation between assurance (X^4) and services (Y), significant can be seen with significant value = $0.000 < 0.05$. 6) There is a positive and significant relationship between empathy (X^5) and services (Y), significant can be seen with significant value = $0.000 < 0.05$. The amount of influence tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy towards service Bank Central Asia indicated by the value of R^2 of 0.773, which means the change service Solution PT Abacus Cash explained by variable tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy amounted to 77.3% and the balance of 22.7% is explained by other variables. Dominant influence of the variable service is assurance / confidence.

Keywords: *physical evidence, reliability, responsiveness, and empathy assuredness, and service*

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan jasa pelayanan perbankan dari tahun ke tahun selalu menunjukkan peningkatan. Hal ini semakin terlihat persaingan baik dari segi kualitas dan promosi jasa perbankan. Saat ini setidaknya ada beberapa bank dalam negeri (BUMN) dan Bank Swasta yang menyediakan berbagai jenis layanan. Dalam menghadapi kondisi persaingan. Hal utama yang harus diprioritaskan perusahaan adalah mempertahankan kepuasan nasabah dalam bidang layanan untuk dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar perbankan.

Perbankan sebagian bagian dari industri jasa dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas, terutama kualitas pelayanan kepada nasabah. Bank juga dituntut untuk menciptakan nilai tambah yang lebih baik dari pesaing. Karena dengan cara tersebut sebuah bank dapat menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama. Jika nasabah tidak dipuaskan, akan tidak mungkin mereka akan meninggalkan Bank langganannya dan menjadi pelanggan Bank lain.

Bank Central Asia (BCA) sebagai salah satu Bank Swasta yang mempunyai jaringan yang cukup kuat dan besar di Indonesia harus mampu menjawab tantangan yang muncul akibat ketatnya persaingan di saat ini. Tingkat persaingan Bank Indonesia sudah sangat *kompetitif*. BCA menciptakan produk-produk yang dapat disesuaikan dengan keinginan nasabah. Hal tersebut selain dapat menciptakan keuntungan yang optimal, juga dapat meningkatkan *image* di masyarakat. Dalam rangka meningkatkan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, salah satu produk yang sekarang ini mendapat perhatian dikalangan pihak perbankan Indonesia adalah ATM (*Automatic teller Machine*). ATM BCA merupakan salah satu produk jasa perbankan berupa mesin otomatis, yang dapat melakukan transaksi *online* 24 jam. Kemampuan yang dimiliki ATM ini tidak hanya terbatas pada transaksi tunai saja. Dalam ATM BCA banyak fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Sehingga membuat Bank BCA harus berusaha secara maksimal untuk dapat mengupayakan fasilitas tersebut.

Melihat peran pokok perbankan yang sangat penting sebagai lembaga perantara keuangan seperti yang telah dijelaskan, maka hal dasar yang sangat dibutuhkan oleh pihak bank BCA saat ini untuk dapat menjalankan peran penting tersebut adalah dengan menerapkan kualitas pelayanan yang terdiri dari :

- *Tangible* (bukti langsung) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.
- *Emphaty* yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan nasabah.
- *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan para staf untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- *Reability* (kehandalan) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
- *Assurance* (jaminan) yaitu mencakup kemampuan, kesoapanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.

Salah satu kelebihan layanan ATM BCA yakni layanan tanpa transaksi secara langsung kepada nasabah. Transaksi dapat dilakukan dimanapun dan kapan saja, sesuai dengan kebutuhan nasabah. Namun masih terdapat beberapa kekurangan, dalam memenuhi kebutuhan nasabah, seperti halnya masalah pada mesin ATM yakni kekosongan uang dalam mesin. Kejangkauan lokasi ATM dan lain-lain. Sehingga para nasabah banyak mengalami hambatan pada saat ingin bertransaksi. Dengan keterbatasan fasilitas khususnya pada jumlah mesin ATM.

Permasalahan-permasalahan yang ada menyebabkan penulis mengambil judul tentang “Pengaruh *Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* Terhadap Pelayanan *Automatic teller Machine* Bank Central Asia Di Yogyakarta”.

2. METODA PENELITIAN

Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yang bermaksud menggambarkan suatu keadaan obyek tertentu yang memiliki hubungan atau dipengaruhi oleh faktor lain dan penarikan kesimpulannya didasarkan pada angka yang diolah secara statistik.

Populasi dan Sample

Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi dari penelitian ini adalah nasabah pengguna Anjungan Tunai Mandiri Bank Central Asia di Wilayah Yogyakarta. Jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 50 responden yang terdapat dalam populasi tersebut. Menurut (Ferdinand, 2006) jumlah sampel yang diambil adalah lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 responden dimana semakin besar sampel akan memberikan hasil yang lebih akurat.

Uji Analisis Data

Uji Validitas dan Reliabilitas menunjukkan bahwa butir-butir kuisioner dalam penelitian ini adalah valid dan reliable sehingga proses analisis dapat dilanjutkan.

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kepuasan konsumen dari

Bukti fisik (X_1), Keandalan (X_2), Tanggapan (X_3) Keterjaminan (X_4), Empati (X_5). Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:82) : $Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$

Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda di atas maka hasil persamaannya adalah :

$$Y = 0,282 X_1 + 0,411 X_2 + 0,225 X_3 + 0,420 X_4 + 0,397 X_5$$

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan :

- Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara X_1 dan Y. Signifikan dapat dilihat dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
- Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara X_2 dan Y. Signifikan dapat dilihat dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
- Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara X_3 dan Y. Signifikan dapat dilihat dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$.
- Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara X_4 dan Y. Signifikan dapat dilihat dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
- Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara X_5 dan Y. Signifikan dapat dilihat dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji t

Variabel Independen	t hitung	t table	Signifikan	Kesimpulan
X ₁	3,815	2,015	0,000	Signifikan
X ₂	5,603	2,015	0,000	Signifikan
X ₃	3,065	2,015	0,004	Signifikan
X ₄	5,600	2,015	0,000	Signifikan
X ₅	5,408	2,015	0,000	Signifikan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64.633	5	12.927	29.955	.000 ^a
	Residual	18.987	44	.432		
	Total	83.620	49			

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X3, X4

b. Dependent Variable: Y

Uji F untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, maka digunakan uji – F (F Test). Hal ini untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Nilai F hitung sebesar 29,955 yang berarti F hitung (29,955) lebih besar dari pada F tabel (2,4270) maka keputusannya menolak Ho dan menerima Ha. Dengan demikian secara simultan kelima variabel independen (*Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) signifikan mempengaruhi pelayanan (Y).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 ^a	.773	.747	.657

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X3, X4

Dari hasil analisis dengan menggunakan program SPSS diketahui bahwa besarnya nilai R^2 (koefisien determinasi) = 0,773 atau 77,3 % berarti kemampuan variabel-variabel bebas secara bersama-sama yaitu variabel (*Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) mampu menjelaskan 77,3% dari variasi perubahan yang terjadi dalam Pelayanan, dan sementara variasi lainnya sebesar 22,7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dicakupkan dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Melihat hasil penelitian dapat diidentifikasi kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* terhadap pelayanan *Automatic teller Machine Bank Central Asia*.
2. Secara simultan kelima variabel independen (*Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) signifikan mempengaruhi Pelayanan (Y), dapat dilihat dari nilai F hitung 29,955 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *tangibel* (X1) dan pelayanan (Y), signifikan dapat dilihat dengan nilai sigifikan = $0,000 < 0,05$.
4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *reliability* (X2) dan pelayanan (Y), signifikan dapat dilihat dengan nilai sigifikan = $0,000 < 0,05$.
5. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *responsiveness* (X3) dan pelayanan (Y), signifikan dapat dilihat dengan nilai sigifikan = $0,004 < 0,05$.
6. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *assurance* (X4) dan pelayanan (Y), signifikan dapat dilihat dengan nilai sigifikan = $0,000 < 0,05$.
7. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *empathy* (X5) dan pelayanan (Y), signifikan dapat dilihat dengan nilai sigifikan = $0,000 < 0,05$.
8. Besarnya pengaruh variabel *Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* terhadap pelayanan karyawan ditunjukkan oleh besarnya nilai R^2 sebesar 0,773 yang berarti besarnya perubahan pelayanan ATM BCA dijelaskan oleh variabel *Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* 77,3% dan sisanya sebesar 22,7% dijelaskan oleh variabel lain.
9. Pengaruh dominan terhadap variable pelayanan adalah variabel *Assurance/ keyakinan*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji SPSS nilai beta *Assurance/ keyakinan* (0,420) lebih besar dari pada nilai beta variabel *tangibel* X1 (0,282), variable *reliability* X2 (0,411), variable *responsiveness* X3 (0,225), variable *empathy* X5 (0,397).

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto,S.2010.*Prosedur Penelitian*. Jakarta:RinekaCipta
- AvilianidanWilfridus.1997.*Service Marketing*. Jakarta: Tata McGraw-Hill.
- Asep M.Ramdan. 2008 Oktober 22. *Hubungan Kualitas Jasa dan kepuasanKonsumen*. (<http://asep-m-ramdan.blogspot.com>).
- Barata,A.A.2004.*Dasar-dasar Pelayanan Prima*.Jakarta:PT.Elex Media Komputindo
- Engel, J. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta:Bina Rupa Aksara
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas
- Ghozali,I.2001.*Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ghozali,I.2002 *Metode Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management*. New Jersey.Prentice Hall. H.
- , 2001. *Management Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- , 2002. *Management Pemasaran*. Jakarta: Prenharindo
- Puspito.2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia*(Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat Lupiyoadi. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*.Jakarta:PT salemba Empat.
- dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta:Salemba Empat.
- S. Azwar. 1997. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono,F.2005.*Pemasaran Jasa*.Malang: Bayumedia Publishing
- Umar.2003.*Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*.Jakarta: Ghalia Indonesia