

STUDI PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA BANK MANDIRI KCP BRATANG BINANGUN SURABAYA

LINA DIANTO

Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Liena.lovely.best@gmail.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan implementasi pengaruh *service excellence* terhadap *customer satisfaction* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya. Target populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi di Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya.

Metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, *Mean* dan *Standart Deviation*, *Regresion*, serta teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Data diperoleh secara langsung dari responden yang memenuhi karakteristik populasi yang ditentukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden.

Dari penelitian yang dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan terdapat pengaruh *service excellence* terhadap *customer satisfaction* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya. Dimensi-dimensi *service excellence* yang mempengaruhi *customer satisfaction* adalah *ability, attitude, appearance, attention, action, responsibility, convenience, accuracy, satisfaction*.

Kata Kunci : *service excellence dan customer satisfaction*

ABSTRACT

This research aims to find out and analyze relationships influence implementation of service excellence customer satisfaction at Bank Mandiri KCP Bratang SR. Member of Surabaya. The Target population used in this research are the consumers who conduct transactions in Bank Mandiri KCP Bratang SR. Member of Surabaya.

A method of research conducted by using the validity; reliabilitas, test mean and standart, deviation regresion, and techniques used in the sample is probability of sampling to the convenience of sampling. Data obtained directly from respondents fulfill characteristic population determined by spreading a questionnaire. The number of samples used in this research is 150 respondents.

Of research done, and obtained the result that overall influence service guiler excellence to customer satisfaction in bank mandiri kcp bratang binangun surabaya. Excellence dimensions service customer satisfaction is affecting ability, attitude, appearance, attention, action, responsibility, convenience, accuracy, satisfaction.

Keyword : service excellence and customer satisfaction

PENDAHULUAN

Di era ekonomi modern saat ini banyak sector bisnis yang bermunculan semakin banyak. Sektor bisnis tersebut berkembang terus menerus. Hal ini tidak jauh berbeda dengan dunia perbankan yang juga banyak mengalami perkembangan dalam ekonomi di Indonesia. Kondisi perbankan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan dari waktu ke waktu. Perubahan ini selain disebabkan oleh perkembangan internal di dunia perbankan, juga tidak terlepas dari pengaruh perkembangan di luar dunia perbankan, seperti sektor riil dalam perekonomian, politik, hukum dan sosial.

Peranan bank dalam perekonomian Indonesia itu dengan menyalurkan ke dalam usaha-usaha yang produktif untuk berbagai sektor ekonomi seperti pertanian, pertambangan, perindustrian, pengangkutan, perdagangan dan jasa-jasa lainnya akan meningkatkan pendapatan nasional dan pendapatan masyarakat.

Demikian pula akan membuka dan memperluas lapangan atau kesempatan kerja. Sehingga dapat menyerap tenaga kerja yang menganggur di dalam masyarakat. Kegiatan dalam pemberian jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang dapat membantu memperbesar dan memperlancar arus barang-barang dan jasa-jasa dalam masyarakat.

Jasa didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Di samping itu, produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Kotler, 2000).

Menurut Rahmayanty (2013 : 18) *service excellence* adalah pelayanan dengan standart kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setaip saat, secara konsisiten dan akurat (handal). Dimensinya : Adya Barata (2004:31) mengembangkan budaya pelayanan prima berdasarkan pasal A 6 (enam) yaitu dengan menyelaraskan faktor-faktor antara lain : 1.Kemampuan (*ability*) 2. Sikap (*attitude*) 3.Penampilan (*appearance*) 4.Perhatian (*attention*) 5. Tindakan (*action*) 6.Tanggung jawab (*accountability*) Sedangkan menurut Tjiptono (2002:58) pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 4 unsur pokok, antara lain: 1.Kecepatan 2. Ketepatan 3.Keramahan 4. Kenyamanan

Menurut Freddy Rangkuti (2002 : 23) pada dasarnya pengertian *customer satisfaction* mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Sedangkan menurut Rahmayanty (2013 : 21), pengaruh *service excellence* terhadap *customer satisfaction* mengatakan bahwa dengan mengetahui, mengenali dan memahami kebutuhan pelanggan maka pelaku bisnis tahu apa yang harus dilakukan dan dikerjakan dalam memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal kepada pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan dan pelanggan akan merasa diperhatikan, dipentingkan dan terbantu dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkannya dan diinginkannya.

Adapun rumusan masalah untuk menjawab pertanyaan tersebut, maka digunakan pertanyaan penelitian tersebut adalah “Apakah ada pengaruh *service*

excellence pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya terhadap *customer satisfaction*?”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian kausal yang menggunakan hipotesis. Metode penelitian yang digunakan adalah melalui *survey* dengan membagikan daftar pertanyaan secara langsung kepada responden untuk mengetahui tanggapan responden mengenai pengaruh *service excellence* terhadap *customer satisfaction* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, yang didapatkan langsung dari sumbernya melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden.

Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling*. Hal ini dikarenakan tidak diketahuinya probabilitas sampel yang dipilih. Jumlah populasi yang dipilih sebagai sampel adalah berdasarkan atas keputusan peneliti dan dibatasi oleh karakteristik tertentu yang telah ditetapkan. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*, yaitu bentuk *non-probability sampling* dimana anggota sampel yang dipilih, diambil berdasarkan kemudahan menemui responden yang diperlukan. Sampel yang ditetapkan menurut Hair, Bush, Ortinau (2003:361) untuk pengujian pasar memungkinkan jumlah responden sebanyak 150 orang hingga 200 orang.

Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu *service excellence* (*X*), menurut Rahmayanty (2013 : 18) *service excellence* adalah pelayanan dengan standart kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya setiap saat, secara konsisiten dan akurat (handal). Menurut Adya Barata (2004 :31) terdapat 6 dimensi *independent variable* dan menurut Tjiptono (2002: 58) 2 dimensi yaitu *convenience* dan *accuracy*. Sedangkan 1 *dependent variable* yaitu *satisfaction* (*Y*), menurut Freddy Rangkuti (2002 : 23) pada dasarnya pengertian *customer satisfaction* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Service excellence secara keseluruhan pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya menurut pelayanan yang dirasakan oleh para nasabah adalah sebesar 3,62. Dari hasil ini diketahui bahwa persepsi nasabah terhadap *service excellence* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya dinilai positif karena nilai rata-rata *mean* diatas nilai 3,00.

Customer satisfaction di Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya secara keseluruhan berdasarkan penilaian hasil responden adalah sebesar 3,52, dari hasil ini diketahui bahwa responden terhadap *customer satisfaction* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya dinilai positif karena nilai *mean* diatas nilai 3,00. Dari hasil tersebut responden menilai bahwa nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya, Pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

Sedangkan analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, dalam hal ini adalah pengaruh *service excellence* terhadap *customer satisfaction* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya. Dari persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa koefisien regresi untuk *service excellence* sebesar 0,864 berarti apabila *service excellence* mengalami kenaikan atau penurunan sebesar satu satuan skor persepsi, maka *customer satisfaction* akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,864 satuan skor persepsi. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh *service excellence* terhadap *customer satisfaction* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai yang menggambarkan besar kecilnya variasi *customer satisfaction* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya yang dapat dijelaskan dalam *service excellence*. Semakin tinggi nilai R^2 , maka pendekatan yang dilakukan semakin baik. Nilai R^2 sebesar 0,747 menunjukkan variasi *service excellence* mampu menjelaskan variasi *customer satisfaction* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya. Sebesar 74,7%. Sedangkan sisanya sebesar 25,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

Pengujian hipotesis nilai β koefisien regresi adalah untuk menguji pengaruh variabel *service excellence* pada *customer satisfaction*. Melalui hasil *print out* dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk nilai β *service excellence* adalah 20,878 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Mengingat $0,005 < 0,05$ maka H_0 ditolak atau dengan kata lain parameter β merupakan estimator yang signifikan. Nilai β *service excellence* sebesar 0,864 merupakan estimator yang signifikan dan β bernilai positif, maka pengaruh yang terjadi adalah positif antara *service excellence* dan *customer satisfaction*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *service excellence* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya.

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa untuk meningkatkan *customer satisfaction* di Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya membutuhkan pelayanan yang prima atau terbaik bagi nasabahnya sehingga dari pelayanan yang prima tersebut dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dalam melakukan transaksinya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunanto, Setiono, dan Medyawati (2012) yang menyatakan bahwa *service excellence* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dan juga implementasi dari program *service excellence* tersebut menunjukkan telah di implementasikan secara langsung ke konsumen dengan sangat baik. *Service* yang semakin meningkat dengan baik, maka *customer satisfaction* menjadi semakin meningkat. Bila *customer satisfaction* semakin meningkat dengan baik, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Demikian pula sebaliknya. Bila *customer satisfaction* rendah, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin rendah dan dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada bank lainnya.

KONKLUSI DAN REKOMENDASI

Rata-rata penilaian responden terhadap *service excellence* yang diterapkan oleh Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya yaitu sebesar 3,62 sedangkan jika dilihat dari standar deviasi 0,048 serta penilaian responden secara keseluruhan terhadap *customer satisfaction* yang diterapkan Bank Mandiri KCP

Bratang Binangun Surabaya yaitu sebesar 3,52 sedangkan jika dilihat dari standar deviasi 0,054.

Hasil pengujian hipotesis yang menyatakan H_1 diduga bahwa *service excellence* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya adalah benar. Hal ini telah dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t mempunyai nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,864 dengan tingkat signifikan 0,005 karena $0,005 < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang menyimpulkan bahwa *service excellence* Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya mempengaruhi *customer satisfaction* secara signifikan.

Nilai dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,747 atau 74,7% menunjukkan bahwa variasi *service excellence* Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya mampu menjelaskan variasi *customer satisfaction* sebesar 74,7%, sedangkan sisa variasi *customer satisfaction* sebesar 25,3% dijelaskan oleh variasi faktor-faktor lain yang tidak teramati. Faktor-faktor yang tidak teramati yaitu kualitas produk, harga, *emotional factor* dan biaya.

Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana menunjukkan nilai β (koefisien regresi) sebesar 0,864 adalah positif, maka nilai tersebut dapat diartikan jika *service excellence* mengalami kenaikan atau penurunan sebesar satu satuan nilai, maka akan diikuti perubahan kenaikan atau penurunan *customer satisfaction* Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya sebesar nilai koefisien regresinya yaitu sebesar 0,864.

Secara teoritis, Rahmayanty (2013 : 21) Dengan mengetahui, mengenali dan memahami kebutuhan pelanggan maka pelaku bisnis tahu apa yang harus dilakukan dan dikerjakan dalam memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal kepada pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan dan pelanggan akan merasa diperhatikan, dipentingkan dan terbantu dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkannya dan diinginkannya. Dengan kata lain untuk menciptakan *customer satisfaction* diperlukan sebuah pelayanan yang prima dengan mengutamakan pelanggan.

Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *service excellence* terhadap *customer satisfaction* Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya. *Service excellence* memberikan pengaruh yang cukup tinggi bagi peningkatan *customer satisfaction*. Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya mampu menciptakan *customer satisfaction* dengan memberikan layanan yang terbaik. *Customer satisfaction* Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya sangat penting karena pelanggan yang puas dengan layanan Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya akan terus menggunakan layanan Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya. Kepuasan yang diberikan pelanggan akan membantu Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya dengan menceritakan kelebihan Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya dan merekomendasikan Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya kepada orang-orang terdekat. Keadaan ini tentu sangat bermanfaat bagi Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya karena dapat meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik dan menambah jumlah pelanggan serta mendatangkan lebih banyak keuntungan bagi Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya.

Dari hasil yang didapatkan bahwa beberapa rekomendasi sebagai sumbangan saran untuk Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya yaitu pihak manajemen Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya hendaknya meningkatkan *customer satisfaction* dengan cara memberikan *service excellence* yang terbaik bagi nasabahnya dengan meningkatkan dimensi *convenience* yang rata-ratanya masih lebih rendah daripada dimensi *ability*. Diharapkan skripsi ini dapat menjadi rekomendasi atau acuan bagi peneliti lain yang ingin meneliti objek atau topik yang sama, sehingga dapat memberikan sedikit gambaran bagi orang lain dan peneliti selanjutnya bisa memasukkan variabel lain karena penelitian memasukkan *service excellence* sebagai variabel *independent* dan hanya mampu menjelaskan variabel *customer satisfaction* sebagai variabel *dependent* sebesar 74,7% sehingga masih ada variabel-variabel lain yang mempengaruhi *customer satisfaction*.

DAFTAR PUSTAKA

- Atep, Adya Barata.2004. Dasar-dasar pelayanan prima. Jakarta, Elex Media Komputindo.
- Assael H, 1994, *Customer Behavior and Marketing Action*, Boston Massachusetts, PWS Kelling Publishing Company
- Buchari Alma, 2009, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, CV Alvabeta: Bandung
- Dasar, Pengertian, dan Masalah, Jakarta, PT. Toko Gunung Agung
- Dendawijaya, Lukman,Ir, Drs, M.M. , 2003, Manajemen Perbankan, Penerbit Ghalia Indonesia
- Erlando, Pengaruh Variabel Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Margonda Raya), Jurusan Ekonomi Fakultas manajemen, Universitas Gunadarma
- Gunarto, Suhardi , 2003, Usaha Perbankan dalam perspektif Hukum, Penerbit, Kanisius Yogyakarta
- Hasibuan, Malayu, 2001, Manajemen Sumber Daya Manusia, Pengertian
- Ismail, 2010, Manajemen Perbankan , Dari Teori Menuju Aplikasi, edisi ke-1, Jakarta, Kencana 2011
- Julian Valentino, Pengaruh Pelayanan prima (*service excellence*) terhadap Kepuasan Pelanggan di Prima Swalayan Cabang Nganjuk, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya
- Kasmir, 2005, Pemasaran Bank, Jakarta, Kencana
- Kotler, P, 2000, Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Salemba Empat, Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad dan Suhardjono , 2002, Manajemen Perbankan, Teori dan aplikasi, Yogyakarta, BPFE
- Laksana, Fajar , 2008 , Manajemen Pemasaran, Edisi pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Rahmayanty, Nina, 2010,Manajemen pelayanan Prima mencegah pembelotan dan membangun customer loyalty, Cetakan Pertama, Graha Ilmu,Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2002. Strategi Pemasaran, Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, F, 2004, Strategi Pemasaran Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta

- Yunanto, Setiono, and Medyawati, Responsibilites and Excellent Service on Customer Satisfaction : Case study of DKI Islamic Bank, Gunadarma University, Indonesia, International Conference on Management and Education Innovation IPEDR vol 37 (2012) IACSIT Press, Singapore
<http://gofaztrack.com/service-excellence/definisi-pelayanan-prima-atau-service-excellence/> diunduh tanggal 23 maret 2014
<http://www.referensimakalah.com/2013/03/definisi-kepuasan-menurut-para-ahli.html> diunduh tanggal 23 maret 2014
<http://www.mediapusat.com/2013/10/pengertian-kepuasan-pelanggan-menurut.html> diunduh tanggal 25 maret 2014
<http://www.prasaja.web.id/2010/01/daftar-alamat-dan-telepon-bank-mandiri.html> diunduh tanggal 25 maret 2014
<http://www.pengertianahli.com/2013/10/pengertian-bank-dan-jenis-jenis-bank.html> diunduh tanggal 25 maret 2014
<http://www.referensimakalah.com/2013/03/definisi-kepuasan-menurut-para-ahli.html> diunduh tanggal 24 maret 2014\
<http://j4c0bs411m.wordpress.com/> diunduh 7 februari 2014
<http://www.academia.edu> diunduh 7 februari 2014
<http://www.bankmandiri.co.id/> diunduh tanggal 7 februari 2014
<http://finance.detik.com/> diunduh 7 februari 2014
<http://www.infobanknews.com/> diunduh 7 februari 2014
<http://vibizmanagement.com> diunduh 7 februari 2014
<http://ir.bankmandiri.co.id/> diunduh 7 februari 2014
<http://radiometrofemalfm.com/> diunduh 8 februari 2014
<http://www.infobanknews.com/> diunduh 8 februari 2014
<http://riaubisnis.com/> diunduh 8 februari 2014
<http://www.bi.go.id/> diunduh 8 februari 2014
<http://www.worldbank.org> diunduh 8 februari 2014
<http://www.ipedr.com/vol37/039-ICMEI2012-E10016.pdf> diunduh tanggal 10 mei 2014
<http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/viewFile/423/368> diunduh tanggal 10 mei 2014

<http://publication.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/1363/1/11207150.pdf>

diunduh tanggal 10 mei 2014

<http://pemilik.web.id/pentingnya-pelayanan-prima/> diunduh tanggal 25 maret
2014

http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/graduate/economy/2009/Artikel_102_05429.pdf. diunduh tanggal 10 mei 2014

http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/graduate/economy/2009/Artikel_112_05157.pdf. diunduh tanggal 10 mei 2014

<http://publication.gunadarma.ac.id/handle/123456789/1363> diunduh tanggal 10
mei 2014