

Pengaruh Kualitas Layanan Transfer BRImo Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai

Sri Rahmayanti¹, Rugun Gabriella Simanjuntak²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

E-mail: Sri.rahmayanti@umri.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *transfer* BRImo terhadap kepuasan nasabah di BRI kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai secara parsial dan simultan. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 orang nasabah Bank Rakyat Indonesia Kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai, dengan pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada nasabah di BRI kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan alat bantu analisis yaitu SPSS Versi 25.0. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa skala layanan inti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah begitu juga dengan skala layanan pemulihannya turut berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil uji simultan, ditemukan bahwa skala layanan inti dan skala layanan pemulihan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *Kepuasan, Mahasiswa, Pelayanan dan Akademik.*

PENDAHULUAN

Di era semakin banyaknya kuantitas dari beraneka ragam perbankan yang ada di Indonesia, sebagai salah satu bank BUMN yang terbaik, BRI turut serta meluncurkan aplikasi andalannya, BRImo (*BRI Mobile*) yang dapat membantu melancarkan transaksi keuangan nasabah sehari-hari. Dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, dari sudut pandang konsumen, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting. Sama halnya juga dengan kualitas layanan transfer BRImo. Ini disebabkan karena kualitas layanan merupakan cerminan dari persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu, yang mana kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan oleh tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan. Parasuraman dalam (Hariansyah et al., 2019). Untuk pengukuran kualitas layanan *transfer* BRImo sendiri memiliki tujuh dimensi pengukuran kualitas layanan *online* yang lebih spesifik yang dapat dibagi menjadi dua bagian oleh Zeithaml dalam Mandiri A & Metekohy E (2021) yakni : Skala Layanan inti (Efficiency, Reliability, Fulfillment, Privacy) dan Skala Layanan Pelayanan (Responsiveness, Compensation, Contact).

Perasaan Bahagia atau puas yang timbul akibat perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan hasil yang diharapkan sebelumnya akan mendorong konsumen membeli dan mengonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut (Satria & Diah Astarini, 2023). Ketika nasabah puas, mereka akan tetap setia pada produk yang di gunakannya. Oleh itu, bank wajib mengutamakan kualitas layanan agar bisa tetap beroperasi. Nasabah baru dapat ditemukan perusahaan melalui nasabah yang merasa puas akan kualitas layanan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Dimana nasabah yang puas

akan mengajak nasabah baru untuk membeli layanan atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Sehingga nasabah yang puas merupakan aset yang berharga bagi perusahaan. Fandy Tjiptono dalam Rosana & Lisman (2023) menjabarkan ada 3 indikator dari kepuasan nasabah yaitu : Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), Minat berkunjung kembali (*revisiting intent*), dan Kesiediaan merekomendasikan (*willingness to recommend*).

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Seperti yang diutarakan oleh Tjiptono dalam Finistyawan & Bessie, (2020:132), kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting. Sama halnya juga dengan kualitas layanan *transfer* BRImo. Ini disebabkan karena kualitas layanan merupakan cerminan dari persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu, yang mana kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan oleh tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan. Parasuraman dalam (Hariansyah et al., 2019). Adapun untuk pengukuran kualitas layanan *transfer* BRImo sendiri memiliki tujuh dimensi pengukuran kualitas layanan *online* yang lebih spesifik yang dapat dibagi menjadi dua bagian oleh Zeithaml dalam Mandiri A & Metekohy E (2021) yakni : Skala Layanan Inti (*Efficiency* (Efisiensi), *Reliability* (Keandalan), *Fulfillment* (Pemenuhan), *Privacy* (Privasi)) sedangkan untuk Skala Layanan Pemulihan (*Responsiveness* (Responsif), *Compensation* (Kompensasi), *Contact* (Kontak)).

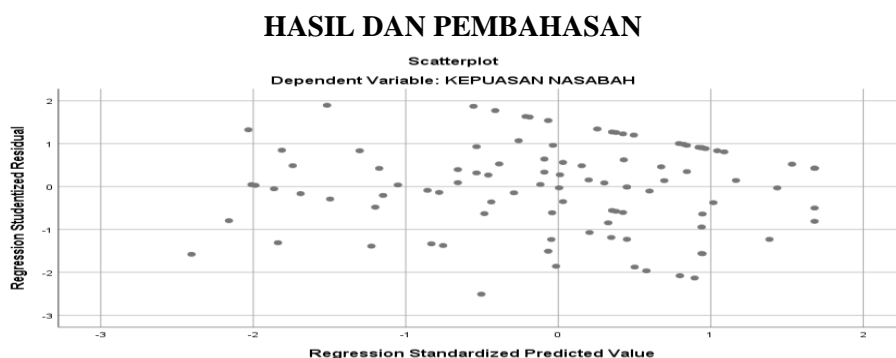
Kotler dikutip dalam Finistyawan & Bessie (2020:152) berpendapat bahwa Kepuasan ialah perasaan bahagia atau kecewa yang timbul akibat perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan hasil yang diharapkan sebelumnya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut, pendapat Maruli dkk., dalam Satria & Diah Astarini (2023). Ketika nasabah puas, mereka akan tetap setia pada produk yang di gunakannya. Oleh itu, bank wajib mengutamakan kualitas layanan agar bisa tetap beroperasi. Fandy Tjiptono dalam Rosana & Lisman (2023) menjabarkan ada 3 indikator dari kepuasan nasabah yaitu : Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), Minat berkunjung kembali (*revisiting intent*), Kesiediaan merekomendasikan (*willingness to recommend*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Pekanbaru Tuanku Tambusai, dengan metode penelitian berjenis Asosiatif Kuantitatif dengan pendekatan survei. Adapun data primer bersumber dari kuesioner yang di sebarakan melalui media *online* (*Google Form*) kepada responden yaitu nasabah BRI kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai dan Data sekunder berasal dari laporan yang berasal dari BRI kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai serta jurnal-jurnal dan buku-buku berstandar nasional yang sesuai dengan penelitian. Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian yakni kuesioner dan data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi intansi terkait.

Adapun jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 149.275 nasabah dengan jumlah sampel sebanyak 100 nasabah Bank Rakyat Indonesia kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai yang didapat dengan menggunakan rumus *slovin*. Teknik pengumpulan sample yang dilakukan menggunakan teknik *sampling probabilitas* yaitu *simple random sampling*. Dimana *simple random sampling* ialah setiap unsur yang terdapat dalam populasi mempunyai kesempatan yang untuk dipilih (Ahyar et al., 2020:365).

Adapun analisis data yang dilakukkann melalui tahap uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik yang terdiri dari uji Normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastitas, uji regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t). Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala pengukuran interval dengan memakai metode *Likert*. Variabel independen adalah variabel bebas yang memengaruhi variabel dependen (terikat). Adapun yang menjadi Variabel Independen (X) yaitu Skala Layanan Inti (X_1) dan Skala Layanan Pemulihan (X_2). Sedangkan variabel dependen ialah variabel terikat yang dipegaruhi oleh variabel independen (bebas). Adapun yang menjadi Variabel Dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah.



Gambar 1
Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplots

Berdasarkan Gambar 1 di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar dengan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa tidak terjadi Heterokedastisitas

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,923	2,733		3,631	,000
	Skala Layanan Inti	,311	,083	,359	3,756	,000
	Skala Layanan Pemulihan	,258	,090	,274	2,861	,013

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel yang disajikan di atas, diperoleh persamaan regresi : $Y = 9,923 + 0,311 X_1 + 0,258 X_2$. Konstanta (a) memiliki nilai 9,923, yang berarti jika variabel skala layanan inti (X_1) dan skala layanan pemulihan (X_2) sama dengan nol, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan memiliki nilai 9,923. Koefisien regresi skala layanan inti (X_1) memiliki nilai 0,311 yang bersifat positif, yang mana ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam skala layanan inti (X_1) akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,311 satuan dan sebaliknya. Koefisien regresi skala layanan pemulihan (X_2) memiliki nilai 0,258 yang bersifat positif, yang mana ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam skala layanan pemulihan (X_2) akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,258 satuan dan sebaliknya.

Tabel 2
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,923	2,733		3,631	,000
	Skala Layanan Inti	,311	,083	,359	3,756	,000
	Skala Layanan Pemulihan	,258	,090	,274	2,861	,013

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil uji partial di atas menunjukkan nilai signifikansi variabel skala layanan inti adalah $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar 3,756 $> t_{tabel}$ sebesar 1,984, yang berarti secara parsial (uji t) skala layanan inti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan transfer BRImo. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya Mandiri A & Yansye Metekohy E (2021), tentang pengaruh kualitas layanan dengan hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile. Oleh karena itu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel skala layanan inti terhadap variabel kepuasan nasabah, dapat kita lihat dengan melakukan perhitungan sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif sebagai berikut:

$$SE(X_1) = \text{Koefisien Regresi (Beta)} \times \text{Koefisien Korelasi} \times 100\%$$

$$= 0,359\% \times 0,483 \times 100\%$$

$$= 17,3\%$$

Dengan ini, kita tahu bahwa sumbangan efektif variabel skala layanan inti terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 17,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

$$SR(X_1) = \frac{SE(X_1)\%}{R^2} = \frac{17,3\%}{29,3\%} = 59\%$$

Sedangkan untuk sumbangan relatifnya variabel skala layanan inti menyumbangkan sebesar 59% terhadap jumlah kuadrat regresi.

Selanjutnya variabel skala layanan pemulihan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,013 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,861 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$, yang berarti secara parsial (uji t) skala layanan pemulihan berpengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah BRI Kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai dalam penggunaan layanan transfer BRImo. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya Mandiri A & Yansye Metekohy E (2021) tentang pengaruh kualitas layanan dengan hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI *Mobile*. Oleh karena itu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel skala layanan pemulihan terhadap variabel kepuasan nasabah, dapat kita lihat dengan melakukan perhitungan sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif sebagai berikut:

$$\begin{aligned} SE(X_2) &= \text{Koefisien Regresi (Beta)} \times \text{Koefisien Korelasi} \times 100\% \\ &= 0,274\% \times 0,436 \times 100\% \\ &= 12\% \end{aligned}$$

Dengan ini, kita tahu bahwa sumbangan efektif variabel skala layanan pemulihan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 12% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa variabel X_1 memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap variabel Y dari pada variabel X_2 .

$$SR(X_2) = \frac{SE(X_2)\%}{R^2} = \frac{12\%}{29,3\%} = 41\%$$

Sedangkan untuk sumbangan relatifnya variabel skala layanan inti menyumbangkan sebesar 41% terhadap jumlah kuadrat regresi. Dari sini dapat kita simpulkan, total penjumlahan dari SR X_1 dan SR X_2 adalah 100% yang mana ini sesuai dengan jumlah sumbangan relatif dari semua variabel harus 100% atau sama dengan 1.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa besar pengaruh skala layanan inti terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dari nilai sumbangan efektif variabel skala layanan inti terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 17,3%, yang berarti skala layanan inti memberikan sumbangan pengaruh sebesar 17,3% terhadap variabel kepuasan nasabah dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Sedangkan untuk sumbangan relatifnya, skala layanan inti menyumbangkan sebesar 59% terhadap jumlah kuadrat regresi. Ini semua juga didukung oleh uji parsial yang menunjukkan bahwa Skala Layanan Inti berpengaruh parsial yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BRI Kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai menggunakan layanan transfer BRImo.

Besar pengaruh skala layanan pemulihan terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dari nilai sumbangan efektif variabel skala layanan pemulihan terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 12%, yang berarti skala layanan inti memberikan sumbangan pengaruh sebesar 12% terhadap variabel kepuasan nasabah dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel skala layanan inti memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap variabel kepuasan nasabah dari pada variabel skala layanan pemulihan. Sedangkan untuk sumbangan relatifnya, skala layanan pemulihan menyumbangkan sebesar 41% terhadap jumlah kuadrat regresi. Ini semua juga didukung oleh uji parsial yang menunjukkan bahwa Skala Layanan Pemulihan berpengaruh parsial yang

signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah BRI Kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai menggunakan layanan *transfer* BRImo.

Besar pengaruh variabel skala layanan inti dan skala layanan pemulihan terhadap kepuasan nasabah BRI Kanca Pekanbaru Tuanku Tambusai dapat dilihat dari hasil uji Koefisien Determinasi yang mana terdapat nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,541, yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R nya mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai Variabel X maka semakin besar pula nilai variabel Y. Nilai R *Square* sebesar 0,293 yang berarti bahwa banyaknya besaran persentase sumbangan pengaruh variabel skala layanan inti dan skala layanan pemulihan terhadap kepuasan nasabah BRI Kanca Pekanbaru Tuanku tambusai sebesar 29,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Juliana Sukmana, D., Andriani, H., Ustiawaty, J., Fatma Utami, E., Rah Atul Istiqomah, R., Asri Fardani, R., Juliana Sukmana, D., & Hikmatul Auliya, N. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Seri Buku Hasil Penelitian View Project Seri Buku Ajar View Project* (H. Abadi, Ed.; 1st Ed.). Penerbit Pustaka Ilmu. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Andrianto, Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Bank*. Qiara Media.
- Cahaya Mandiri, A., & Yansye Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BRI MOBILE (BRIMO). *Asri Cahya Mandiri. Efriyanto. Elizabeth Yanse Matekohy Account*, 8(1), 1423–1430.
- Finistyanan, Y., & Bessie, J. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Travel Di Kabupaten Malaka (Studi Pada Travel Betun Mandiri Expres). *Journal Of Management (SME's)*, 12 No. 2, 149–165.
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.; 1st Ed.). Penerbit Kbm Indonesia. www.penerbitbukumurah.com
- Hariansyah, F. A., Hendrakusma Wardani, N., & Herlambang, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia Di Kantor Cabang Cirebon. 3(5), 4267–4275. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Made Yogi Wirantana, I., Rasmen Adi, N., & Kunci, K. (2022). Kualitas Layanan, Customer Value, Digitalisasi Bank, Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah BPR. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(10), 1220–1231. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Marginingsih, R. (2020). Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/moneter24>
- Munzir T, Tanjung R, Ismanto W, Arifin A, & Manan A. (2021). *Jurnal Brimo 2021*. Dimensi, 10 No. 10, 178–196.
- Nawangsari, S., & Widiastuti, R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada *Economics, Accounting and Business Journal*, Vol. 3 No. 1, Hlm. 16-22, Januari 2023

- Pt Bank Dki – Depok). *Sebatik*, 22(2), 1410–3737.
<https://doi.org/10.46984/Sebatik.V22i2.307>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode-Penelitian-Kuantitatif-2021* (1st Ed.). Pascal Books.
- Rahayu, N. I., Fitriana, N., & Nadeak, Z. P. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Sudirman Pekanbaru. *Economics, Accounting And Business Journal*, 2(2), 419–427.
- Rosana, H., & Lisman, M. (2023). Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Kota Pekanbaru Sudirman 2. *Jurnal ISLAMIKA*, 5(2), 19–29.
- Satria, F., & Diah Astarini. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1911–1924. <https://doi.org/10.25105/Jet.V3i1.16124>
- Simanullang, F., Siagian, E. M., & Manurung, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Bri Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pada. Pt. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Unit Lintongnihuta. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, 9 No. 2, 221–232