

# DINAMIKA EKONOMI

## Jurnal Ekonomi dan Bisnis

**ANALISIS PERBEDAAN HARGA SAHAM SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDOESIA SEBELUM LEGALITAS DAN SETELAH LEGALITAS UANG KRIPTO**

*Rakhmi Ridhawati<sup>1</sup>, Hanifah<sup>2</sup>, Novianti Ayuningtyas<sup>3</sup>*

**PENGARUH JENJANG KARIR, MOTIVASI KERJA DAN KOMPENSASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA BANK MANDIRI TASPENPASURUAN**

*Dyah Aruning Puspita<sup>1</sup>, Sitti Zulaikhah<sup>2</sup>, Edi Sudiarto<sup>3</sup>*

**KEPUASAN KONSUMEN DESTINASI WISATA TAMAN TEBING BREKSI MELALUI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

*Angelita Titis Pertiwi<sup>1</sup>, Birgitta Dian Saraswati<sup>2</sup>, Sotya Fevriera<sup>3</sup>, Virgiana Nugransih Siwi<sup>4</sup>, Yuliana Agilita<sup>5</sup>*

**PENERAPAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN INVENTORY PADA CV MADJU DJAJA BANJARMASIN**

*Rika Sylvia<sup>1</sup>, Rory Handriano<sup>2</sup>, Ni Made Sri Maharani<sup>3</sup>*

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN TERHADAP KINERJA BANK PADA PT BANK DAGANG NEGARA (BNI) CABANG PALANGKA RAYA**

*Pamungkur<sup>1</sup>, Sunarmie<sup>2</sup>*

**PENGARUH DEBT COVENANT, TUNNELING INCENTIVE DAN FIRM SIZE TERHADAP KEPUTUSAN PERUSAHAAN MELAKUKAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

*Mega Andani<sup>1</sup>, Indra Saputra<sup>2</sup>, Hikmayanti<sup>3</sup>*

**EFEKTIVITAS PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR MELALUI APLIKASI E-SAMSAT PADA UNIT PELAYANAN PENDAPATAN DAERAH SAMSAT BANJARMASIN 1**

*Mailiana<sup>1</sup>, Diana Hayati<sup>2</sup>, Penta Lestarini Budiati<sup>3</sup>*

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, KEBIJAKAN DIVIDEN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

*Marli<sup>1</sup>, Vika Atinia Anjarweni<sup>2</sup>, Widanarni Pudjiastuti<sup>3</sup>*

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

*Akhmad Julian Saputra<sup>1</sup>, Dewi Setiawati<sup>2</sup>, Lusiana Pratiwi<sup>3</sup>*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLET WHITENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA/I ANGGKATAN 2019-2022 STIENAS BANJARMASIN)**

*Masrani Noor<sup>1</sup>, Ni Nyoman Suarniki<sup>2</sup>, Citra Khasanah<sup>3</sup>*

**DAMPAK PENUTUPAN TIKTOK SHOP TERHADAP OMZET UMKM OFFLINE**

*Pramita Sukma Wardani<sup>1</sup>, Yufenti Oktafiah<sup>2</sup>*

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WANITA DALAM MENJALANKAN BISNIS UMKM DI KABUPATEN BOJONEGRO**

*Hayu Afian<sup>1</sup>, Amin Wahyudi<sup>2</sup>*

**ANALISIS KINERJA KEUANGAN MENGGUNAKAN METODE EVA PADA PERUSAHAAN PELAYANAN SEKTOR ENERGI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2019-2022**

*Fadhlina<sup>1</sup>, Enny Hardi<sup>2</sup>, Rifqi Novriyandana<sup>3</sup>*

**PENGARUH ROA DAN LABA BERSIH TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN SUB SEKTOR PULP DAN KERTAS YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018 -2022**

*Ferra Maryana<sup>1</sup>, Ferly Erwansyah<sup>2</sup>*

**PERSPEKTIF GONE THEORY DALAM DETERMINAN ACADEMICAL FRAUD**

*Fatimah<sup>1</sup>, Saprudin<sup>2</sup>, Muhammad Yasin<sup>3</sup>*

# DINAMIKA EKONOMI

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

## Penanggung Jawab:

Ketua STIE Nasional Banjarmasin

## Redaktur Ahli:

Prof. Dr. H. Wahyu, MS

Hilmi Abdullah, SE., M.Si

Hj. Diana Hayati, SE., MM

Penta Lestarini Budiati, SE, MM

## Pimpinan Redaksi:

Dr. Ni Nyoman Suarniki, MM

## Wakil Pimpinan Redaksi:

Drs. H. Mohdari, M.Si

## Sekretaris Redaksi:

Rakhmi Ridhawati, SE., M.Si

## Dewan Redaksi:

Soedjatmiko SE., M.A., Ak, CA

## Editor:

Mailiana, SE, MM

Mega Andani, SE, M.Ak

---

**Mitra Bestari: Prof. Dr. Susnaryati, MSi.**

No. Sertifikat: 082882703278

**Prof. Dr. Dwi Atmono, MPd.,MSi**

NIP.196212131988111001

## Reviewer:

1. Dr. Ni Nyoman Suarniki,MM
2. Hj. Diana Hayati, SE, MM
3. Drs. H. Mohdari, M.Si
4. Penta Lestarini Budiati, SE, MM
5. Hilmi Abdullah, SE, M.Si
6. Rizki Amalia Afriana, SE, MM
7. Ruslinda Agustina, SE, M.SA
8. Hj. Rika Sylvia, SE, MM

9. Rakhmi Ridhawati, SE., M.Si
10. Dra. Sri Mulyani, MM
11. Indra Saputra, SE, M.Si
12. Anton hindardjo, SE, MM, Ph,d
13. Ulfa Puspa Wanti Widodo, SA, M.Ak
14. Mellani Yulastina, SE, M.Ak, Ak, CA
15. Dra. Dwi Danesty Deccasari, MM

## Alamat Redaksi:

Kampus STIE Nasional Banjarmasin

Jl. Mayjend. Soetoyo S. No. 126 Telp. 0511-4364563, Fax. 0511-3365449

Terbit ke tiga puluh Sembilan : 31 Maret 2024

Frekuensi Terbit : Dua kali setahun

**DAFTAR ISI**

**PENGANTAR REDAKSI** ..... i  
**DAFTAR ISI** ..... ii

<b>NAMA</b>	<b>JUDUL</b>	<b>Halaman</b>
Rakhmi Ridhawati <sup>1</sup> Hanifah <sup>2</sup> Novianti Ayuningtyas <sup>3</sup>	ANALISIS PERBEDAAN HARGA SAHAM SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDOESIA SEBELUM LEGALITAS DAN SETELAH LEGALITAS UANG KRIPTO	1-13
Dyah Aruning Puspita <sup>1</sup> , Sitti Zulaikhah <sup>2</sup> Edi Sudiarto <sup>3</sup>	PENGARUH JENJANG KARIR, MOTIVASI KERJA DAN KOMPENSASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA BANK MANDIRI TASPENPASURUAN	14-29
Angelita Titis Pertiwi <sup>1</sup> , Birgitta Dian Saraswati <sup>2</sup> , Sotya Fevriera <sup>3</sup> Virgiana Nugransih Siwi <sup>4</sup> , Yuliana Agilita <sup>5</sup>	KEPUASAN KONSUMEN DESTINASI WISATA TAMAN TEBING BREKSI MELALUI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI	30-49
Rika Sylvia <sup>1</sup> Rory Handriano <sup>2</sup> , Ni Made Sri Maharani <sup>3</sup>	PENERAPAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN INVENTORY PADA CV MADJU DJAJA BANJARMASIN	50-60
Pamungkur <sup>1</sup> Sunarmie <sup>2</sup>	ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN TERHADAP KINERJA BANK PADA PT BANK DAGANG NEGARA (BNI) CABANG PALANGKA RAYA	61-74
Mega Andani <sup>1</sup> Indra Saputra <sup>2</sup> Hikmayanti <sup>3</sup>	PENGARUH <i>DEBT COVENANT</i> , <i>TUNNELING INCENTIVE</i> DAN <i>FIRM SIZE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PERUSAHAAN MELAKUKAN <i>TRANSFER PRICING</i> PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR	75-89
Mailiana <sup>1</sup> Diana Hayati <sup>2</sup> Penta Lestari Budiati <sup>3</sup>	EFEKTIVITAS PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR MELALUI APLIKASI E-SAMSAT PADA UNIT PELAYANAN PENDAPATAN DAERAH SAMSAT BANJARMASIN 1	90-102
Marli <sup>1</sup> Vika Atinia Anjarweni <sup>2</sup> Widanarni Pudjiastuti <sup>3</sup>	PENGARUH STRUKTUR MODAL, KEBIJAKAN DIVIDEN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	103-118
Akhmad Julian Saputra <sup>1</sup> Dewi Setiawati <sup>2</sup> Lusiana pratiwi <sup>3</sup>	ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	119-134
Masrani Noor <sup>1</sup> Ni Nyoman Suarniki <sup>2</sup> Citra Khasanah <sup>3</sup>	PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLET WHITENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA/I ANGKATAN 2019-2022 STIENAS BANJARMASIN)	135-154
Pramita Sukma Wardani <sup>1</sup> Yufenti Oktafiah <sup>2</sup>	DAMPAK PENUTUPAN TIKTOK SHOP TERHADAP OMZET UMKM OFFLINE	155-166
Hayu Afian <sup>1</sup> Amin Wahyudi <sup>2</sup>	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WANITA DALAM MENJALANKAN BISNIS UMKM DI KABUPATEN BOJONEGORO	167-184
Fadhlina <sup>1</sup> Enny Hardi <sup>2</sup> Rifqi Novriyandana <sup>3</sup>	ANALISIS KINERJA KEUANGAN MENGGUNAKAN METODE EVA PADA PERUSAHAAN PELAYARAN SEKTOR ENERGI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2019-2022	185-204
Ferra Maryana <sup>1</sup> Ferly Erwansyah <sup>2</sup>	PENGARUH ROA DAN LABA BERSIH TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN SUB SEKTOR PULP DAN KERTAS YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018 -2022	205-216
Fatimah <sup>1</sup> Saprudin <sup>2</sup> Muhammad Yasin <sup>3</sup>	PERSPEKTIF GONE THEORY DALAM DETERMINAN ACADEMICAL FRAUD	217-234

**PEDOMAN PENULISAN**

## **ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN TERHADAP KINERJA BANK PADA PT BANK DAGANG NEGARA (BNI) CABANG PALANGKA RAYA**

**Pamungkur<sup>1</sup>**

**Sunarmie<sup>2</sup>**

**pamungkur@gmail.com**

**STIE KUALA KAPUAS**

*Abstract,*

*This study aimed (a) to analyze the conformity between interest level of service components according to customers with the performance done by Bank Negara Indonesia (BNI) and (b) to analyze customers satisfaction on services provided so as to contribute the performance of Bank Negara Indonesia (BNI) to achieve good quality improvement by the stipulation of main priority.*

*Qualitative data by scoring in calculation scale. A statement or question requiring alternative response, such as: very satisfied, satisfied, less satisfied, not satisfied at all, respectively with figures given 4 (four), 3 (three), 2 (two), and 1 (one).*

*Study results suggested that factors becoming main priority or at Quadrant IV on cartesius diagram that should be performed as customers expectation among others: Teller attention to customers, all employees' integrity in terms of servicing customers, waiting time in ATM queue, the presence of ATM machine, Interest Rate given by bank currently.*

*Keywords: Services-Satisfactory-Bank Performance*

**Abstrak**

Tujuan penelitian (a) menganalisa kesesuaian antara tingkat kepentingan unsur-unsur pelayanan menurut pelanggan/nasabah dengan kinerja yang telah dilakukan oleh Bank BNI Cabang Palangka Raya. (b) menganalisa kepuasan dari nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga membantu kinerja Bank BNI Cabang Palangka Raya agar tercapai peningkatan kualitas yang baik melalui penentuan prioritas yang utama.

Data kualitatif yang diangkakan (skoring) dalam skala pengukuran. Suatu pernyataan atau pertanyaan yang memerlukan alternatif jawaban, misalnya: sangat puas, puas, kurang puas, atau tidak puas, yang masing-masing diberi bobot angka 4 (empat), 3 (tiga), 2 (dua), dan 1 (satu).

Hasil penelitian menunjukkan Faktor-faktor yang menjadi prioritas utama atau pada Kuadran IV pada diagram kartesius yang harus dilaksanakan sesuai dengan harapan nasabah antara lain: Perhatian teller kepada nasabah, Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah, Waktu menunggu di antrian ATM, Keberadaan mesin ATM, Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini.

**Kata Kunci: Pelayanan-Kepuasan-Kinerja Bank**

## **PENDAHULUAN**

Persaingan bisnis perusahaan Perbankan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya murah, pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya. Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan/nasabah menjadi topik yang hangat dibicarakan pada tingkat nasional, internasional, industri dan perusahaan jasa. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Kualitas pelayanan sebuah bank adalah indikator subjektif yang sulit diukur. Karena standar yang berbeda, pelayanan bank-bank asing tertentu berbeda jauh dengan pelayanan di bank-bank pemerintah. Umumnya, masalah pelayanan sebuah bank terkait dengan kualitas sumber daya manusia (SDM) pada

bank tersebut. Lebih lanjut, kualitas SDM ini terkait dengan profesionalitas.

Indikator-indikator perbankan yang sederhana yang tidak terlalu sulit untuk dipahami, antara lain indikator pertama adalah total asset, secara sederhana dapat diibaratkan sebagai postur tubuh. Besarnya NPL ditunjukkan dengan persentase perbandingan kredit bermasalah dengan kredit yang dikucurkan bank. Kredit yang diberikan kepada bank kepada nasabah dapat dibedakan menjadi lima kelompok yakni lancar dalam perhatian khusus, kurang lancar, diragukan, dan macet. Empat kelompok kolektibilitas yang terakhir merupakan kredit bermasalah atau NPL. Kenaikan LDR berarti meningkatnya ekspansi kredit bank tidak diimbangi dengan pengumpulan dana pihak ketiga, atau dari sisi lain berarti dana pihak ketiga yang dikumpulkan bank menurun.

Indikator-indikator tersebut yang penting diperhatikan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan apakah sudah dilakukan sesuai

dengan harapan pelanggannya dalam hal ini adalah nasabah. Alasan debitor memilih bank tidak terlalu jauh berbeda dengan alasan ketika akan menyimpan dana. Disamping suku bunga dan fasilitas, yang tidak kalah penting adalah masalah pelayanan (*service*).

Faktor ini menjadi sangat penting mengingat kegiatan usaha antara satu bank dengan bank yang lainnya bisa dikatakan hamper sama. Pembedanya adalah pada segi pelayanannya. Dalam hal ini, meskipun pemasar sudah memiliki segmen pelanggan yang dianggap loyal, pemasar bank tetap perlu memberi perhatian agar tidak terjadi perpindahan produk atau merek. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis hendak meneliti tentang kepuasan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Bank Negara Indonesia (BNI) kepada para nasabahnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka timbul permasalahan:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan/nasabah terhadap kinerja di Bank Negara Indonesia (BNI) ditinjau dari kesenjangan

antara jasa pelayanan (ketanggapan, kecepatan, keberadaan, profesionalisme, dan fasilitas pelayanan) yang dialami dengan jasa pelayanan yang diberikan?

2. Apa yang menjadi prioritas utama untuk dimensi kualitas jasa agar dapat dilakukan peningkatan secara terus-menerus (*Continual Improvement*)?

Tujuan yang hendak dicapai dalam Penulisan ini adalah:

1. Menganalisa kesesuaian antara tingkat kepentingan unsur-unsur pelayanan menurut pelanggan/nasabah dengan kinerja yang telah dilakukan oleh Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Palangka Raya.
2. Menganalisa kepuasan dari nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga membantu kinerja Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Palangka Raya agar tercapai peningkatan kualitas yang baik melalui penentuan proritas yang utama.

### **Pengertian Kepuasan**

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya, J. Supranto, (1997). Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pelanggan masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Menciptakan kepuasan untuk pelanggan/nasabah, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

### **Sistem Untuk Memenuhi Kepuasan Pelanggan**

Berbagai penelitian tentang ketidakpuasan menunjukan bahwa para pelanggan tidak puas pembelian mereka sekitar 25% dari keseluruhan waktu, tapi hanya 5% yang mengeluh. 95% sisanya merasa mengeluh tidak sepadan dengan usahanya atau mereka tidak tahu bagaimana dan kepada siapa harus mengeluh.

5% pelanggan yang menyampaikan keluhan, hanya sekitar 50% yang melaporkan pemecahan masalah yang memuaskan. Sedangkan, rata-rata seorang pelanggan yang puas memberitahu tentang pengalaman produk yang baik, rata-rata seorang pelanggan yang tidak puas mengeluh kepada 11 orang.

Jika setiap orang dari kesebelas orang itu memberitahu orang lain lagi, jumlah orang yang mendengar keburukan itu dari mulut ke mulut itu akan bertambah secara eksponensial. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan program pemulihan pelayanan dengan cara:

1. Perusahaan mengusahakan agar pelanggan yang tidak puas mudah menyampaikan keluhan.

2. Karyawan perusahaan yang menerima keluhan dilatih dengan baik dan diberi wewenang untuk memecahkan masalah pelanggan dengan cepat dan memuaskan.
3. Perusahaan harus bergerak lebih dari sekedar memuaskan pelanggan tertentu dan menemukan dan memperbaiki akar penyebab masalah yang sering timbul.

### **Mempertinggi Tingkat Kepuasan Melalui Mass Customization**

Menurut Kotler dan Armstrong (1997), mass customization adalah kemampuan untuk menyediakan produk dalam skala massal yang didisain secara individual dan mengkomunikasikan untuk dipertemukan dengan kebutuhan pelanggan. Mass customization bisa mempertinggi tingkat kepuasan karena nilai produk bagi pelanggan menjadi lebih tinggi dan harapan terhadap produk relative lebih cepat.

### **Jasa**

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun

logam mulia. Berkembangnya ilmu pengetahuan maka dibutuhkan suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu, manusia memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan tetap hilang, lebih dapat dirasakan daripada memiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, defenisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertian sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dengan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

### **Karakteristik Jasa**

Menurut Philip Kotler (2007) karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Intangible* (tidak berwujud), Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan

dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan), Pada umumnya jasa yang diproduksi dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.
3. *Variability* (bervariasi), Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa itu diberikan.
4. *Pershability* (tidak tahan lama), Daya tahan jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

## **METODE**

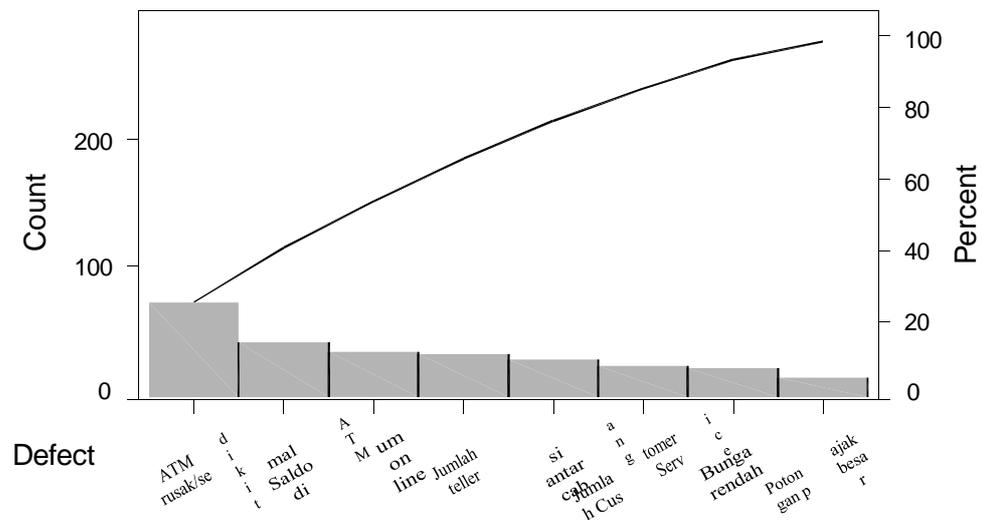
Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, atau gambar. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data

kualitatif yang diangkakan (skoring), misalnya terdapat dalam skala pengukuran. Suatu pernyataan atau pertanyaan yang memerlukan alternatif jawaban, misalnya: sangat puas, puas, kurang puas, atau tidak puas, yang masing-masing diberi bobot angka 4 (empat), 3 (tiga), 2 (dua), dan 1 (satu). Analisis dimulai dengan menguji validitas terlebih dahulu, selanjutnya menguji reliabilitasnya. Jadi jika sebuah butir tidak valid, maka otomatis butir tersebut dibuang. Butir-butir yang sudah valid kemudian secara bersama-sama diukur reliabilitasnya.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Analisis bentuk pertanyaan terbuka (pertanyaan) dengan menggunakan diagram Pareto. Hal ini berpedoman pada prinsip Pareto yang menyatakan bahwa 80% dari masalah dapat disebabkan oleh 20% dari penyebab.



**Gambar 1. Diagram Pareto dari butir ketidakpuasan Nasabah**  
**Sumber: Data diolah penulis (2024)**

**Analisis:**

1. ATM rusak/sedikit, Pelayanan ini merupakan pelayanan paling banyak yang dikeluhkan oleh nasabah yaitu sekitar 26,7%. Karena masih sedikit jumlah mesin ATM, belum lagi ada beberapa mesin yang rusak sehingga sering kali mengantri terlalu lama.
2. Batas minimal saldo di ATM, Masyarakat sekarang menuntut sesuatu yang serba cepat dan praktis, sehingga kebanyakan dari mereka menggunakan salah satu fasilitas bank di ATM. Namun dalam pengambilan uang, ada batasan jumlah yang ditentukan oleh pihak bank, sehingga untuk nasabah kalangan tertentu mengeluhkan akan hal ini. Ketidakpuasan ini sebanyak 15,3%.
3. Unit Bank Negara Indonesia (BNI) belum on line, Ada beberapa unit-unit Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Palangka Raya yang berada di daerah Kecamatan belum on line, sehingga dalam pengiriman uang yang seharusnya dapat lebih cepat pengirimannya menjadi lebih lama. Keluhan ini sebanyak 12,8%.
4. Jumlah teller, Pada awal bulan jumlah teller yang tersedia selalu

8. Potongan pajak besar, Keluhan potongan pajak yang besar juga mempengaruhi nasabah baru maupun lama untuk memabung. Keluhan ini sebanyak 5,3%.
8. Potongan pajak besar, Keluhan potongan pajak yang besar juga mempengaruhi nasabah baru maupun lama untuk memabung. Keluhan ini sebanyak 5,3%.
5. Konfirmasi antar cabang, Pelayanan ini merupakan pelayanan yang dikeluhkan nasabah sekitar 10,7%. Karena lamanya transaksi yang dilakukan oleh pihak bank dalam melakukan konfirmasi terhadap kantor cabang tertentu di mana nasabah bukan anggota dari bank tersebut.
6. Jumlah customer service, Jumlah customer service yang tersedia hanya 2 orang saja, terkadang jumlah customer service yang tersedia itu hanya satu yang selalu melayani nasabahnya padahal banyak nasabah yang mengantri untuk mendapatkan informasi tentang bank tersebut. Keluhan ini sebanyak 8,9%.
7. Bunga rendah, Suku bunga yang diberikan bank sangat kecil sehingga mengurangi minat nasabah baru untuk menabung. Keluhan ini sebanyak 8,2%.

**Menguji validitas dan reliabilitas**

**Tabel 1. Hasil Analisis Kevalidan Dari Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia (BNI)**

No	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Mandiri	Koefisien Korelasi	Ket
<b>A</b>	<b>ASPEK KETANGGAPAN PELAYANAN</b>		
1	Pelayanan transaksi kepada nasabah	0,477	Valid
2	Kecepatan teller melakukan transaksi	0,533	Valid
3	Tanggapan teller kepada nasabah	0,579	Valid
4	Perhatian Teller kepada nasabah	0,592	Valid
5	Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah	0,259	Valid
<b>B</b>	<b>ASPEK KECEPATAN TRANSAKSI</b>		
6	Proses transaksi kepada nasabah	0,484	Valid
7	Waktu menunggu dalam antrian	0,433	Valid
8	Waktu yang diperlukan seluruh transaksi	0,630	Valid
9	Waktu menunggu begitu sampai di loket	0,604	Valid
10	Kesigapan teller melayani nasabah	0,470	Valid
<b>C</b>	<b>ASPEK KEBERADAAN PELAYANAN</b>		
11	Sambutan segenap karyawan kepada nasabah	0,365	Valid
12	Teller memberikan senyum yang ramah	0,197	Tidak Valid
13	Waktu pertemuan Saya dengan pegawai	0,516	Valid
<b>D</b>	<b>ASPEK PROFESIONALISME PELAYANAN</b>		
14	Kesungguhan teller melayani nasabah	0,567	Valid
15	Teller mendengarkan permintaan nasabah	0,467	Valid
16	Waktu yang diperlukan Teller untuk bertransaksi	0,394	Valid
17	Teller tahu bagaimana menangani suatu transaksi spesial yang nasabah minta	0,560	Valid
18	Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk suatu transaksi yang nasabah minta.	0,495	Valid
19	Kemampuan teller melakukan transaksi	0,436	Valid
<b>E</b>	<b>ASPEK FASILITAS YANG DIBERIKAN OLEH BANK</b>		
20	Waktu menunggu di antrian di ATM	0,230	Valid
21	Keberadaan mesin ATM	0,211	Valid
22	Adanya SMS banking	0,108	Tidak Valid
No	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Mandiri	Koefisien Korelasi	Ket
23	Program undian berhadiah yang diadakan oleh	0,364	Valid
24	Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini	0,426	Valid

Sumber: data diolah penulis (2024)

Terlihat dari kelima butir pertanyaan tidak satu butir pun yang nilainya kurang dari 0.205. Jika ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang kembali untuk butir yang valid saja. Karena  $R_{\text{Alpha positif}} = 0,723 > R_{\text{tabel}} = 0.205$ , maka butir tersebut adalah Reliabel. Jadi untuk Aspek Kecepatan transaksi setelah melewati satu putaran, maka kelima butir dari aspek tersebut adalah Valid dan reliabel. Terlihat dari kelima butir pertanyaan tidak satu butir pun yang nilainya kurang dari 0.205.

Jika ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang kembali untuk butir yang valid saja. Hasil uji Statistik dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu Rhasil dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer. Terlihat dari ketiga butir pertanyaan hanya satu butir yang tidak valid, yaitu pada butir ke-12 karena nilai koefisien korelasinya

sama dengan  $0,197 < 0,205$  berarti skor butir tersebut tidak valid.

Jika ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang kembali untuk butir yang valid saja. Terlihat dari ketiga butir pertanyaan hanya satu butir yang tidak valid, yaitu pada butir ke-22 karena nilai koefisien korelasinya sama dengan  $0,108 < 0,205$  berarti skor butir tersebut tidak valid. Untuk proses analisis selanjutnya, butir ke-22 tersebut dibuang kemudian penghitungan diulang kembali untuk butir-butir yang valid saja, hingga semua skor butir valid.

Dari uji validitas aspek Ketanggapan Pelayanan, di atas putaran yang kedua tanpa mengikutsertakan butir ke-22, keempat butir tersebut adalah valid. Setelah semua butir valid kemudian melakukan uji reliabilitas aspek Ketanggapan Pelayanan tersebut.

Uji Statisti Karena  $R_{\text{Alpha positif}} = 0.482 > R_{\text{tabel}} = 0.205$ , maka butir tersebut adalah Reliabel. Dengan demikian setelah melewati dua putaran, maka keempat butir dari

aspek profesionalisme pelayanan adalah Valid dan Reliabel, Dengan demikian setelah dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas didapatkan bahwa (a) Aspek Ketanggapan Pelayanan dari ke-5 butir pertanyaan, semua adalah valid dan reliabel. (b) Aspek Kecepatan Pelayanan dari ke-5 butir pertanyaan, semuanya adalah valid dan reliabel. (c) Aspek Keberadaan Pelayanan dari ke-3 butir pertanyaan, hanya dua valid dan reliabel. (d) Aspek Profesionalisme Pelayanan dari ke-6 butir pertanyaan, semuanya adalah valid dan reliabel. Aspek Fasilitas yang diberikan oleh bank dari ke-5 butir pertanyaan, hanya empat butir pertanyaan yang valid dan reliabel.

Selanjutnya dapat dilakukan analisis berdasarkan tingkat kesesuaian responden dari butir pertanyaan yang sudah valid dan reliabel. Analisis ini digunakan untuk mengetahui titik mana yang akan diperbaiki berdasarkan tingkat kesesuaian. Semakin kecil tingkat kesesuaian, maka semakin didahulukan dalam perbaikan titik tersebut.

Selanjutnya dapat diketahui butir mana saja yang sebaiknya akan dilakukan perbaikan dan peningkatan berdasarkan gambar diagram kartesius di atas. Berikut ini dapat dilihat tabel 2 di bawah ini:

**Tabel 2 .Hasil Analisis Dari Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat Kinerja/Pelaksanaan**

<b>Butir Ke</b>	<b>Kinerja</b>	<b>Harapan</b>	<b>Kuadran</b>
1	3,21	3,85	I
2	3,06	3,71	I
3	2,99	3,72	I
4	2,76	3,69	IV
5	2,59	3,69	IV
6	2,86	3,61	I
7	2,47	3,40	IV
8	2,73	3,34	III
9	2,65	3,29	III
10	2,91	3,51	I
11	2,66	3,30	III
13	2,73	2,94	III
14	3,28	3,66	I
15	3,20	3,72	I
16	2,80	3,37	III
17	3,09	3,61	I
18	3,03	3,10	II
19	3,31	3,59	I
20	2,65	3,20	III
21	2,39	3,71	IV
23	2,52	3,23	III
24	2,37	3,42	IV
<b>Rata-rata</b>	<b>2,83</b>	<b>3,48</b>	

**Sumber: data diolah penulis (2024)**

1. Faktor-faktor yang terdapat pada Kuadran I merupakan faktor-faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya, karena sudah sesuai dengan harapan pelanggan.
  2. Kuadran II merupakan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh pihak bank, namun dinilai kurang penting oleh nasabah,
  3. Kuadran III merupakan faktor-faktor yang dinilai kurang penting oleh nasabah, akan tetapi telah dilakukan dengan cukup oleh pihak bank.
- sehingga terkesan berlebihan. Faktor-faktor tersebut antara lain, Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk transaksi yang nasabah minta dengan tingkat kesesuaian 97,74%.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. Faktor-faktor yang terdapat pada Kuadran I merupakan faktor-faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya, karena sudah sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Kuadran II merupakan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh pihak bank, namun dinilai kurang penting oleh nasabah, sehingga terkesan berlebihan. Faktor-faktor tersebut antara lain, Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk transaksi yang nasabah minta dengan tingkat kesesuaian 97,74%.
3. Kuadran III merupakan faktor-faktor yang dinilai kurang penting oleh nasabah, akan tetapi telah dilakukan dengan cukup oleh pihak bank.

### **Saran**

1. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada objek bank lainnya terkait dengan kinerja bank.

2. Bagi pihak bank dapat dijadikan dalam acuan dalam meningkatkan kinerja bank.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- BBP: Bank Brand Performance, 1999
- Kotler Philip, 1997, Manajemen Pemasaran Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta. Kolter
- Novel Muhamad, AM, Menggali Potensi Diri Meningkatkan Kepuasan Nasabah, Warta Bank BNI Nomor 1 April 2021.
- O.P Simorangir, 1979, Dasar-dasar Mekanisme Perbankan, Aksara Persada Press, Jakarta.
- Philip dan Amstrong Garya, 1997, Dasar- Dasar Pemasaran, PT Prenhallindo, Jakarta
- Santoso, S., 2000, SPSS Statistik Parametrik, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sejoseno Aji Haryo R, 2019, Analisis Sikap Konumen Terhadap keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank BNI (Persero) Cabang Sleman, Tesis tidak dipublikasikan, Yogyakarta.
- Sulistiono, Puji, 2021, Indikator Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Pemenuhan Elemen-elemen ISO 9001:2000, Tesis, Yogyakarta.

Supranto, J., 1992, Teknik Sampling Untuk Survei dan Eksperimen, Rineka Cipta, Jakarta.

Supranto, J., 1997, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Rineka Cipta, Jakarta.

Usmara.A, 2003. Strategi Baru Manajemen Pemasaran, Amara Books, Yogyakarta.