

ANALISI PENGARUH TINGKAT KUALITAS PELAYANAN DAN KELENGKAPAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH DENGAN METODE INDEX POTENTIAL GAIN COSTUMER (STUDI KASUS PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KCP KISARAN)

Rima Yohani, M. Ridawan

UIN Sumatera Utara, Indonesia

Email: rimayohani@gmail.com, mridwanku@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan nasabah dengan metode *index potential gain costumer* pada PT. Bank Muamalat KCP Kisaran. Teknik analisis data dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel secara acak (Random Sampling), sedangkan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin. Analisis penelitian ini dilakukan agar mengetahui seberapa puas nasabah Bank Muamalat KCP Kisaran dengan pelayanan para karyawan Bank Muamalat dan seberapa lengkap fasilitas untuk para nasabah. Dari hasil analisis didapatkan bahwasannya yang menjadi prioritas utama PGCV yang mendapat peringkat 1, 2, 3 dan seterusnya dibuktikan dengan diagram kartesius sebaran data variabel pernyataan. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh dan mendapatkan prioritas tinggi. Sedangkan kelengkapan fasilitas tidak terlalu diprioritaskan nasabah akan tetapi menjadi nilai plus bagi Bank Muamalat KCP Kisaran dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Fasilitas, Kepuasan Pelanggan, PGCV.

Abstract

The purpose of this study is to determine the quality of service and completeness of facilities on customer satisfaction with the potential gain customer index method at PT. Bank Muamalat KCP Kirange. Data analysis techniques using quantitative descriptive methods. The sample in this study used a random sample (random sampling), while the sampling technique used the slovin formula. This research analysis was conducted in order to find out how satisfied the customers of Bank Muamalat KCP Kisaran are with the services of Bank Muamalat employees and how complete the facilities are for customers. From the results of the analysis it was found that the main priority of the PGCV was ranked 1, 2, 3 and so on as evidenced by the Cartesian diagram of the distribution of statement variable data. Service quality is very influential and gets high priority. Meanwhile, the completeness of the facilities is not really prioritized by customers, but it is a plus for Bank Muamalat KCP Kisaran in increasing customer satisfaction.

How to cite:	Rima Yohani, M. Ridawan (2022) Analisi Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Metode Index Potential Gain Costumer (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kisaran), <i>Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia</i> (7) 12, http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

Keywords: *Service Quality, Complete Facilities, Customer Satisfaction, PGCV.*

Pendahuluan

Bank merupakan lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*, yang mana artinya lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Pertumbuhan lembaga keuangan di Indonesia sungguh luar biasa, selain itu dukungan dari pemerintah juga membela lembaga keuangan karena mampu memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi.

Perkembangan Bank Syariah semakin meningkat sehingga membuat persaingan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional semakin ketat. Hal ini menuntut setiap bank agar dapat mempertahankan nasabahnya maupun menarik minat nasabah baru. Tentunya untuk menarik minat nasabah faktor utama yang harus diperhatikan adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah menjadi salah satu tujuan utama bagi setiap perusahaan termasuk Bank. Untuk tetap menjaga kepuasan nasabah maka salah satu cara harus tetap dibenahi kembali adalah peningkatan kualitas baik itu dari segi fasilitas maupun pelayanan yang harus disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Pelayanan menjadi sangat penting bagi setiap perusahaan untuk dapat berkembang, termasuk pula kepada badan usaha perbankan karena pelayanan sangat berkaitan erat dengan sumber daya manusia didalamnya. Pelayanan juga sering dijadikan acuan untuk mengukur kepuasan konsumen. Pelayanan yang baik harus tanggap dan respon terhadap kritik, saran, dan keluhan-keluhan konsumen. Tidak untuk menjadikan perusahaan untuk mundur atau jatuh, tapi untuk lebih memotivasi perusahaan agar dapat bekerja lebih baik.

Kepuasan nasabah menjadi salah satu tujuan utama bagi setiap perusahaan. Karena apabila seorang nasabah merasa puas dengan kinerja perusahaan, maka itu akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri. Untuk tetap menjaga kepuasan nasabah, maka salah satu cara yang perlu dibenahi kembali adalah perbaikan dan peningkatan kualitas baik itu dari segi pelayanan maupun kelengkapan fasilitasnya yang memang harus disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Pentingnya faktor-faktor pendukung kepuasan nasabah dalam hal ini adalah kualitas pelayanan, dirasa sebagai faktor utama dalam memberikan kontribusi tetap terhadap kepuasan nasabah itu sendiri. Philip Kotler, mengatakan bahwa: “seorang nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, begitu juga sebaliknya, nasabah akan merasa kecewa apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan” (Kotler, 2002).

Oleh sebab itu bank harus bisa memberikan layanan yang baik agar nasabah tidak berpindah kepada bank lain. Karena kita tahu yang dicari oleh nasabah adalah bank dengan kualitas yang baik.

Pentingnya faktor-faktor pendukung untuk menarik minat nasabah dalam hal ini adalah dari segi faktor fasilitas. Disadari atau tidak, nasabah sekarang ini sangat kritis terhadap ketersediaan fasilitas yang ada di bank, baik dari tampilan gedung, area parkir,

Analisi Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Metode Index Potential Gain Costumer (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kisaran)

ruang tunggu, keamanan dan sebagainya. Selain fasilitas tersebut, fasilitas yang tidak kalah penting lainnya adalah fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam rangka memberikan kemudahan dalam transaksi, mulai dari sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat ATM, kelengkapan ruang tunggu, fasilitas pendukung untuk transaksi (Wiji, 2011). Fasilitas yang diberikan oleh Bank diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Setiap perusahaan memerlukan *service excellence*, yang dimaksud dengan *service excellence* atau pelayanan unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan, secara garis besar ada empat unsur pokok dalam konsep ini yaitu, kecepatan, ketepatan, keramahan, kenyamanan (Tjiptono, 2015).

Pada umumnya, kebanyakan nasabah bank Muamalat KCP Kisaran menitipkan dananya baik dalam bentuk tabungan maupun deposito. Dimana dalam hal ini para nasabah tersebut sudah pasti menginginkan kepuasan dari pihak bank, baik dalam bentuk pelayanan maupun fasilitas yang diperoleh. Tentunya di era modern seperti ini, pihak bank diharuskan mampu menyediakan pelayanan maupun fasilitas yang dibutuhkan nasabah. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah Bank Muamalat KCP Kisaran ataukah belum. Tentunya dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan kebenarannya. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan nasabah dengan metode index potential gain costumer pada Bank Muamalat KCP Kisaran.

Wahyu Oktri Widyarto, Nugraheni Djamil, dan Fauzul Adhim dengan judul artikel Analisis Pelayanan Publik dengan Metode Fuzzy-Service Quality (F-Seevqual) dan Index Potential Gain Costumer. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan ialah tingkat kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan perusahaan belum memenuhi harapan konsumen, karena memiliki nilai kualitas kurang dari 1 ($Q < 1$) yaitu, sebesar senilai 0,84. Berdasarkan hasil analisis IPGCV, maka dapat diketahui elemen-elemen yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan kualitas pelayanan dari setiap dimensi kualitas (Widyarto, Djamil, & Adhim, 2018).

Syahrul Fauzi siregar dengan judul artikel Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Costumer Value (PGCV) di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan ialah hasil analisis gap menunjukkan bahwa gap antara harapan dan persepsi memberi gambaran bahwa nasabah menganggap kualitas pelayanan di Bank Muamalat Cabang Medan tidak mengecewakan tetapi belum sepenuhnya memenuhi keinginan nasabah melihat cukup besarnya gap yang terjadi. Hasil perhitungan gap untuk tiap dimensi kualitas, menunjukkan bahwa pelayanan di Bank Muamalat Cabang Medan sudah cukup memenuhi harapan nasabahnya. Sedangkan rata-rata nilai tingkat kepuasan nasabah terhadap masing-masing dimensi berkisar 91,42–100,89%, menunjukkan bahwa pelayanan di Bank Muamalat Cabang Medan sudah cukup memuaskan nasabahnya. Dari hasil perhitungan indeks potential gain customer value, kesimpulan yang didapat bila suatu item mendapatkan nilai indeks potential gain customer value terbesar, maka berarti

item tersebut mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya baru menyusul item kedua dan seterusnya (Siregar, 2006).

Vera Devani, Rizki Azwar Rizko dengan judul artikel Analisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode Customer satisfaction index (CSI) dan Potential gain in customer value (PGCV). Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, nilai Customer Satisfaction Index (CSI) pada bengkel service resmi Yamaha “MG” adalah sebesar 70,44 % dan nilai ini menunjukkan pada kriteria puas. Variabel yang menjadi prioritas utama dalam kegiatan perbaikan dalam perusahaan ini adalah ketersediaan toilet bagi pelanggan, ketersediaan kotak saran bagi pelanggan, garansi jika masih terdapat keluhan pada kendaraan konsumen serta tanggapan mekanik terhadap keluhan kendaraan yang dimiliki konsumen demi memberikan kepuasan dan nilai lebih dalam pelayanan (Devani & Rizko, 2016).

Pandu Desta Wisanggeni, Amna Hartiati dengan judul artikel Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Waroeng Kampoeng Jimbaran Menggunakan Metode CSI (Customer Satisfaction Index) dan PGCV. berdasarkan indeks kepuasan pelanggan kualitas pelayanan memperoleh 79% dan indeks kepuasan pelanggan kualitas produk memperoleh 78%. Dan termasuk dalam kategori puas. Hasil PGCV menunjukkan atribut yang perlu diperbaiki dari kualitas pelayanan adalah perilaku karyawan, serata dari kualitas produk adalah kesesuaian harga minuman (Wisanggeni & Hartiati, 2020).

Muhammad Rizqi Saputra, Abdul Kohar Mudzakir, Dian Ayunita NND dengan judul artikel Analisis kualitas pelayanan jasa dan Kelengkapan Fasilitas tempat pelelangan dengan metode potential gain customer value di pelabuhan perikanan samudra Cilacap. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut, tingkat kepuasan peserta lelang terhadap pelayanan tempat pelelangan ikan (TPI) di Pelabuhan perikanan Samudra (PPS) Cilacap mencapai angka 98,01%, artinya peserta lelang kurang puas dengan kinerja dan pelayanan yang diberikan TPI PPS Cilacap (Saputra, Mudzakir, & Dewi, 2016).

Metodologi Penelitian

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan dengan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel. Definisi lain yang menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan semua individu atau unit-unit yang menjadi target penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah Bank Muamalat KCP Kisaran.

Analisi Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Metode Index Potential Gain Costumer (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kisaran)

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ada beberapa teknik yang digunakan dalam menentukan seberapa banyak sampel, yaitu dengan menggunakan rumus PGCV.

Pada penelitian ini jumlah populasi nasabah Bank Muamalat KCP Kisaran tidak diketahui oleh peneliti. Hal ini dikarenakan pihak manajemen Bank Muamalat tidak dapat memberi informasi data berapa banyak nasabah yang menabung di Bank Muamalat karena merupakan rahasia perusahaan. Teknik analisis data dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel secara acak (*Random Sampling*), sedangkan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin. Analisis penelitian ini dilakukan agar mengetahui seberapa puas nasabah Bank Muamalat KCP Kisaran dengan pelayanan para karyawan Bank Muamalat dan seberapa lengkap fasilitas untuk para nasabah. Hal ini disebabkan karena tidak mungkin diperoleh daftar yang lengkap dari populasi dan sampel pada penelitian ini diambil sebanyak 96 orang responden.

C. Metode Penelitian

Index Potential Gain Customer Value (PGCV) Analisis pelanggan melalui angka indeks merupakan konsep dan peralatan yang mudah untuk menganalisis pelanggan. Kemudahan tersebut memberikan jalan bagi diagram *Importance-Performance* untuk dapat dibandingkan dalam bentuk kualitatif yang lebih terperinci.

Langkah pertama dalam menghitung indeks PGCV adalah mencari nilai ACV atau *Achieved Customer Value*, yaitu dengan mengalikan antara variabel *importance* dengan variabel *performance*, yaitu:

$$ACV = I \times P$$

Keterangan:

ACV = nilai pencapaian konsumen

I = (*Importance*) nilai rata – rata untuk harapan (Y)

P = (*Performance*) nilai rata – rata untuk kinerja (X)

Setelah mendapat nilai ACV, maka selanjutnya adalah mencari UDCV atau *Ultimately Desired Customer Value*, yang mana nilai ini didapatkan dengan rumus:

$$UDCV = I \times P_s$$

Keterangan:

UDCV = Nilai akhir keinginan konsumen

I = Nilai rata – rata untuk harapan (Y)

P_s = Nilai kinerja maksimum dalam skala *likert* yang dipilih

Dan terakhir nilai indeks PGCV adalah nilai *Ultimately Desired Customer Value* dikurangi dengan *Achieved Customer Value*, yaitu:

$$PGCV = UDCV - ACV$$

Kesimpulan yang didapat bila suatu item mendapatkan nilai indeks PGCV terbesar, maka berarti item tersebut mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya baru menyusul item kedua dan seterusnya.

D. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Didalam penelitian ini wawancara akan dilakukan dengan menggunakan pedoman/panduan dalam wawancara. Dalam pedoman wawancara bertujuan untuk mengingatkan interview mengenai aspek-aspek apa yang harus dibahas., juga menjadi daftar pengecek (check list) apakah aspek-aspek relawan tersebut telah dibahas atau ditanyakan. Jadi dengan adanya pedoman tersebut interviewer harus memikirkan bagaimana pertanyaan tersebut akan dijabarkan secara kongrit dalam kalimat tanya, sekaligus untuk menyesuaikan pertanyaan dan konteks actual saat wawancara berlangsung (Sugiyono, 2013).

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan dalam bentuk tertulis yang memerlukan tanggapan baik antara kesesuaian dan ketidaksesuaian dari sikap responden. Pertanyaan dan pernyataan yang tertulis pada angket berdasarkan indikator yang diturunkan pada setiap variabel tertentu (Kasmadi, 2017).

Angket atau kuesioner merupakan alat penelitian berupa daftar pernyataan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Keterangan yang diinginkan terkandung dalam pikiran, perasaan, sikap atau kelakuan manusia yang dapat dipancing melalui angket. Kuesioner ini ditunjukkan kepada nasabah Bank Muamalat KCP Kisaran.

Adapun skala pengukuran yang digunakan adalah *skala likert*. *Skala likert* meminta kepada responden sebagai individu untuk menjawab suatu pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, antara lain sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kriteria Penilaian Kuesioner

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju	1

- Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5.
- Jawaban setuju (S) diberi skor 4
- Jawaban Kurang Setuju (KS) diberi skor 3.
- Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2.
- Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1.

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan

Analisi Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Metode Index Potential Gain Costumer (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kisaran)

untuk mengetahui pengaruh adanya kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Kisaran.

E. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi dengan menggunakan bivariate antara masing-masing skor indikator dengan skor konstruk. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini jumlah sample yang dipakai adalah 100 sample dan besarnya df dapat dihitung $df = 100-2 = 98$ dan α 0,05 didapat r table 0,196 (dengan uji dua sisi). Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka indikator dinyatakan valid (Ghozali, 2018).

b. Uji Realibilitas

Realibilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu, *Repeated Measurei* atau pengukuran ulang dan *One shot* atau pengukuran sekali saja (Ghozali, 2018).

Penelitian ini menggunakan pengukuran sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. Untuk mengukur pada penelitian agar dapat dikatakan reliabel dengan uji *statistic Cronbach Alpha* pada SPSS. Suatu konstruk dikatakan jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2018).

c. Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Tujuan dari dilakukannya uji normalitas untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi data yang normal.

Dalam penelitian uji normalitas data yaang digunakan adalah uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusannya digunakan pedoman jika nilai Sig. $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sig. $> 0,05$ maka data berdistribusi normal (Sujarwen, 2014).

Hasil Dan Pembahasan

A. Uji Validitas

Analisis kesahihan atau validitas dilakukan untuk mengetahui setiap butir pertanyaan/pernyataan yang dievaluasi dapat dikatakan valid atau tidak. Yang dibuktikan berdasarkan r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel maka dapat dipastikan butir pernyataan yang disebar adalah valid.

Tabel 4.1
Uji Validitas

Atribut (Pernyataan)	r hitung <i>Importance</i>	r hitung <i>Performance</i>	r tabel	Keterangan
X1.1	0,882	0,676	$>0,201$	Valid
X1.2	0,807	0,542	$>0,201$	Valid
X1.3	0,867	0,626	$>0,201$	Valid
X1.4	0,851	0,639	$>0,201$	Valid
X1.5	0,815	0,505	$>0,201$	Valid
X1.6	0,865	0,619	$>0,201$	Valid
X1.7	0,862	0,691	$>0,201$	Valid
X1.8	0,916	0,593	$>0,201$	Valid
X1.9	0,854	0,524	$>0,201$	Valid
X2.1	0,854	0,863	$>0,201$	Valid
X2.2	0,880	0,871	$>0,201$	Valid
X2.3	0,853	0,860	$>0,201$	Valid
X2.4	0,881	0,870	$>0,201$	Valid
X2.5	0,869	0,229	$>0,201$	Valid

Sumber: Olah data SPSS

Menurut olah data spss di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas setiap butir pertanyaan/pernyataan mendapatkan hasil yang valid, hal ini dapat diketahui dari nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,201) ini artinya butir pernyataan tersebut seluruhnya layak digunakan.

B. Uji Reliabilitas

Analisis atau uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui setiap butir pertanyaan/pernyataan yang dievaluasi dapat dikatakan reliabel atau tidak. Yang dibuktikan berdasarkan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari pada nilai ketentuan α yaitu 0,7.

Tabel 4.2
Uji Reliabilitas

No.	Kuesioner	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan Nilai α	Keterangan
1	<i>Importance (Y₁)</i>	0,955	$>0,7$	Reliabel
2	<i>Performance (X₁)</i>	0,917	$>0,7$	Reliabel
3	<i>Importance (Y₂)</i>	0,791	$>0,7$	Reliabel
4	<i>Performance (X₂)</i>	0,828	$>0,7$	Reliabel

Sumber: Olah data SPSS.

Analisi Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Metode Index Potential Gain Costumer (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kisaran)

Dari hasil uji spss di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh komponen dari setiap variabel menunjukkan data tersebut reliabel atau layak untuk digunakan. Hal ini dikarenakan nilai cronbach alfa lebih besar dari 0,7.

C. Uji Normalitas

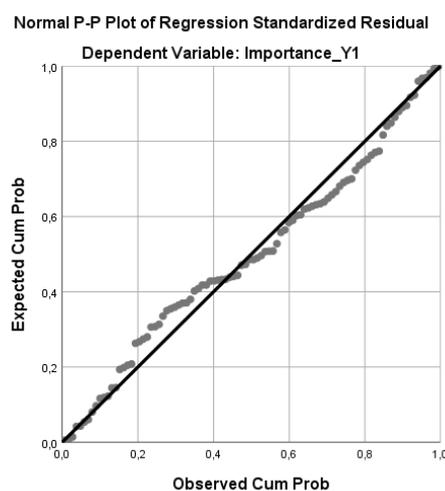
Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.

Tabel 4.3
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,02427151
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,077
	Positive	,068
	Negative	-,077
Test Statistic		,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel 4.3 diatas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp.Sig 2-tailed*) sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka nilai residual teridistribusi dengan normal.



Gambar 2 Uji P-Plot

Sumber: Olah Data SPSS

Dari gambar 2 diatas dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut terdistribusi normal.

Setelah melakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas didapatkanlah hasil yang baik serta tidak ada masalah dalam ketiga uji tersebut, selanjutnya dilakukan penilaian kepuasan dengan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) yang terdiri dari penentuan nilai *Achive Customer Value* (ACV) dan *Ultimetely Desire Customer Value* (UDCV), sebagai berikut:

1. Perhitungan *Achive Customer Value* (ACV) dan *Ultimetely Desire Customer Value* (UDCV)

Tabel 4.4
Perhitungan ACV dan UDCV

Atribut (Pernyataan)	Kuesioner Performance (X)	Kuesioner Importance (Y)	ACV = (X) × (Y)	UDCV = (Y) × Ps
X1.1	4,47	4,29	19,1763	21,45
X1.2	4,30	4,31	18,533	21,55
X1.3	4,06	4,44	18,0264	22,2
X1.4	4,09	4,46	18,2414	22,3
X1.5	4,28	4,05	17,334	20,25
X1.6	4,32	4,11	17,7552	20,55
X1.7	4,43	4,33	19,1819	21,65
X1.8	4,10	4,12	16,892	20,6
X1.9	4,29	4,30	18,447	21,5
X2.1	4,16	4,01	16,6816	20,05
X2.2	4,01	4,08	16,3608	20,4
X2.3	4,19	4,03	16,8857	20,15
X2.4	4,08	4,19	17,0952	20,95
X2.5	4,17	4,16	17,3472	20,8

Sumber: Data diolah.

2. Nilai dari *Index Potencial Gain in Customer Value* (PGCV).

Setelah diketahui nilai dari ACV dan UDCV dari setiap atribut pernyataan kuesioner, maka akan dilakukan penetapan nilai dan pemeringkatan atribut PGCV. Ketika nilai peringkat dari setiap atribut telah ditentukan maka akan dibuat kesimpulan mengenai atribut mana yang menjadi prioritas nasabah dan perbaikan apa yang harus dilakukan untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kisaran. Nilai atribut dan pemeringkatan PGCV dapat dilampirkan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Perhitungan PGCV

Atribut (Pernyataan)	ACV	UDCV	PGCV = UDCV-ACV	Peringkat/Prioritas
X1.1	19,1763	21,45	2,2737	14

Analisi Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Metode Index Potential Gain Costumer (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kisaran)

X1.2	18,533	21,55	3,017	10
X1.3	18,0264	22,2	4,1736	1
X1.4	18,2414	22,3	4,0586	2
X1.5	17,334	20,25	2,916	11
X1.6	17,7552	20,55	2,7948	12
X1.7	19,1819	21,65	2,4681	13
X1.8	16,892	20,6	3,708	5
X1.9	18,447	21,5	3,053	9
X2.1	16,6816	20,05	3,3684	7
X2.2	16,3608	20,4	4,0392	3
X2.3	16,8857	20,15	3,2643	8
X2.4	17,0952	20,95	3,8548	4
X2.5	17,3472	20,8	3,4528	6

Sumber: Data diolah

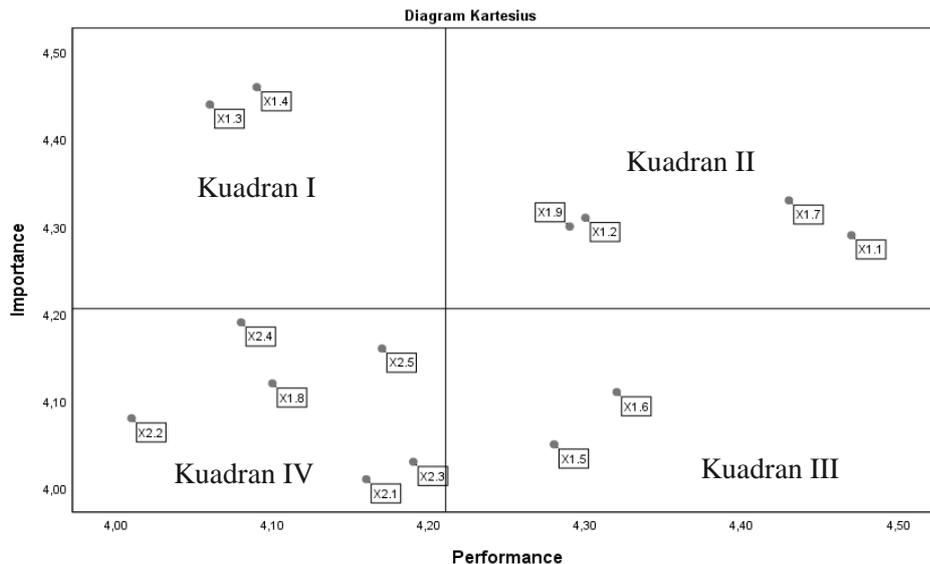
Dapat diketahui pemeringkatan setiap atribut berdasarkan tabel diatas dan peringkat tertinggi merupakan prioritas utama bagi nasabah, berikut peneliti jabarkan pernyataan-pernyataan yang dijadikan acuan kuesioner dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6
Atribut Pernyataan PGCV

Pernyataan	PGCV	Peringkat/ Prioritas
Kualitas Pelayanan		
Karyawan Memperlakukan Nasabah Dengan Penuh Perhatian	2,2737	14
Anda Merasakan Kemudahan Pelayanan Yang Diberikan Oleh Bank Muamalat KCP Kisaran	3,017	10
Karyawan Mampu Memberikan Informasi Mengenai Produk Layanan Dengan Baik	4,1736	1
Kenyamanan Dan Kebersihan Ruangan Transaksi Untuk Nasabah	4,0586	2
Karyawan Menciptakan Suasana Nyaman Dan Menyenangkan Dengan Memberi Senyum Dan Salam	2,916	11
Teller Melayani Nasabah Dengan Urutan Kedatangan Dengan Tidak Membeda-Bedakan	2,7948	12
Teller Memberikan Pelayanan Kepada Nasabah Hingga Tuntas	2,4681	13
Keramahan Dan Kesopanankaryawan Dalam Melayani Nasabah	3,708	5
Karyawan Memiliki Kemampuan Untuk Menciptakan Hubungan Yang Baik Dengan Nasabah	3,053	9
Kelengkapan Fasilitas		
Anda Merasa Nyaman Dalam Ruang Tunggu Pelayanan Nasabah	3,3684	7
Area Parkir Yang Memadai Serta Aman	4,0392	3
Ketersediaan Brosur Yang Menarik Dan Memuat Informasi Yang Lengkap	3,2643	8
Tersedianya Saluran Telpon, E-Mail Untuk Melayani Keluhan Konsumen Secara Online	3,8548	4

Sumber: Data diolah.

Setelah melakukan pemeringkatan dan menentukan prioritas dari setiap peringkat variabel yang ada. Untuk mempermudah menentukan variabel atau faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah maka disajikan diagram kartesius berikut untuk mempermudah dalam penarikan kesimpulannya.



Gambar 4.2 Diagram Kartesius *importance/performance*

3. Analisis Variabel Kunci Diagram Kartesius

Dari diagram kartesius pada gambar 2 diatas dapat dilihat letak variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa perbankan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kisaran dapat dibagi menjadi 4 bagian, berdasarkan importance dan performance masing-masing variabel. Adapun interpretasi dari diagram kartesius akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran I

Menunjukkan faktor-faktor yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, akan tetapi pelaksanaannya belum optimal dan belum memuaskan pelanggan (kinerja perusahaan rendah, harapan pelanggan tinggi). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini adalah:

- Karyawan Mampu Memberikan Informasi Mengenai Produk Layanan Dengan Baik (X1.3)
- Kenyamanan Dan Kebersihan Ruang Transaksi Untuk Nasabah (X1.4)

b. Kuadran II

Menunjukkan faktor-faktor yang perlu dipertahankan, karena pelaksanaan variabel tersebut diterapkan sesuai dengan kemauan pelanggan atau nasabah,

Analisi Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Metode Index Potential Gain Costumer (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kisaran)

sehingga dapat memuaskan pelanggan (kinerja perusahaan tinggi, harapan pelanggan tinggi). Variabel yang termasuk dalam kuadran II ini adalah:

- Karyawan Memperlakukan Nasabah Dengan Penuh Perhatian (X1.1)
- Anda Merasakan Kemudahan Pelayanan Yang Diberikan Oleh Bank Muamalat KCP Kisaran (X1.2)
- Teller Memberikan Pelayanan Kepada Nasabah Hingga Tuntas (X1.7)
- Karyawan Memiliki Kemampuan Untuk Menciptakan Hubungan Yang Baik Dengan Nasabah (X1.9)

c. Kuadran III

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diterapkan untuk kepuasan nasabah ternyata dinilai kurang penting bagi nasabah, dan pelaksanaan yang dilakukan pihak bank/perusahaan dinilai biasa saja atau cukup. Adapun variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran III ini adalah:

- Karyawan Menciptakan Suasana Nyaman Dan Menyenangkan Dengan Memberi Senyum Dan Salam (X1.5).
- Teller Melayani Nasabah Dengan Urutan Kedatangan Dengan Tidak Membeda-Bedakan (X1.6).

d. Kuadran IV

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting bagi nasabah, akan tetapi penerapan yang dilakukan perusahaan/bank tergolong sangat baik, sehingga faktor tersebut menambah nilai yang baik bagi nasabah untuk perusahaan. Faktor-faktor yang dimaksud dalam kuadran ini adalah:

- Keramahan Dan Kesopanan karyawan Dalam Melayani Nasabah (X1.8)
- Anda Merasa Nyaman Dalam Ruang Tunggu Pelayanan Nasabah (X2.1)
- Area Parkir Yang Memadai Serta Aman (X2.2)
- Ketersediaan Brosur Yang Menarik Dan Memuat Informasi Yang Lengkap (X2.3)
- Keberadaan Kotak Saran Nasabah (X2.4)
- Tersedianya Saluran Telpon, E-Mail Untuk Melayani Keluhan Konsumen Secara Online (X2.5)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas tentang pengaruh tingkat kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan nasabah dengan metode *index potential gain costumer*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan PGCV untuk kualitas pelayanan ditemukan bahwa pemeringkatan untuk variabel pernyataan X1.3 dan X1.4 mendapatkan peningkat pertama dan kedua yang artinya berdasarkan kuadran I menjadi prioritas utama bagi nasabah dan harus dilakukan perbaikan secara menyeluruh. Untuk keseluruhan variabel kualitas pelayanan pada diagram kartesius lebih banyak ditempatkan pada kuadran I dan II yang artinya menjadi prioritas utama dan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. Berdasarkan diagram kartesius kelengkapan fasilitas tidak terlalu diperhatikan dan tidak terlalu dijadikan prioritas oleh nasabah, akan tetapi tetap harus dilakukan perbaikan dan diperhatikan berdasarkan perhitungan PGCV. Karena variabel kelengkapan fasilitas menjadi poin plus bagi Bank Muamalat KCP Kisaran dalam mendukung kepuasan nasabah.

Analisi Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Metode Index Potential Gain Costumer (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kisaran)

BIBLIOGRAFI

- Daryanto, I. S. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. [Google Scholar](#).
- Devani, V., & Rizko, R. A. (2016). Analisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode Customer satisfaction index (CSI) dan Potential gain in customer value (PGCV). *Jurnal Rekayasa Dan Sistem Informasi*, 2(2), 24–29. [Google Scholar](#).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. [Google Scholar](#).
- Kasmadi. (2017). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. [Google Scholar](#).
- Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*. Depok: Rajagrafindo Persada. [Google Scholar](#).
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat. [Google Scholar](#).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. [Google Scholar](#).
- Mutmainnah. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201–216. [Google Scholar](#).
- Oetama, S., & Sari, D. H. (2017). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Sampit. *Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 59–65. [Google Scholar](#).
- Palenewen, P., Kawet, L., & Tielung, M. (2014). Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu. *Jurnal EMBA*, 2(3), 185–197. [Google Scholar](#).
- Putra, Maman, A., Santoso, & Budi, S. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BCA Cabang Kangeran Semarang. *Jurnal Umum Ekonomi*, 10(2), 12. [Google Scholar](#).
- Saputra, M. R., Mudzakir, A. K., & Dewi, D. A. N. N. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Tempat Pelelangan Dengan Metode Potential Gain Costumer Value di Pelabuhan Perikanan Samudra Cilacap (2016). *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology*, 6(4), 234–242. [Google Scholar](#).
- Siregar, S. F. (2006). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Costumer Value (PGCV) di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 7(4), 40–47. [Google Scholar](#).

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset. [Google Scholar](#).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. [Google Scholar](#).
- Sujarwen, V. W. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. [Google Scholar](#).
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineke Cipta. [Google Scholar](#).
- Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. [Google Scholar](#).
- Tjiptono, F. (2015). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. [Google Scholar](#).
- Widyarto, W. O., Djamal, N., & Adhim, F. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Publik dengan Metode Fuzzy-Service Quality (F-Seevqual) dan Index Potential Gain Costumer Value (IPGCV). *Jurnal System Dan Manajemen Industri*, 2(2), 101–110. [Google Scholar](#).
- Wiji, N. (2011). *Tekhnologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. [Google Scholar](#).
- Wisanggeni, P. D., & Hartiati, A. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Waroeng Kamboeng Jimbaran Menggunakan Metode CSI (Customer Satisfaction Index) dan PGCV. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 8(4), 535–543. [Google Scholar](#).

Copyright holder:

Rima Yohani, M. Ridawan (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

