

Pengaruh Kemampuan Kerja dan Kualitas Layanan Pegawai Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Cabang UPI (Survei pada Pegawai di Lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Bumi Siliwangi)

Gina Aprilita Susanty¹

Abstrak

Masalah yang menjadi kajian pada penelitian ini adalah mengenai ketidakpuasan nasabah. Adapun variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam penelitian ini adalah dengan cara peningkatan kemampuan kerja dan kualitas layanan pegawai. Berdasarkan hal tersebut, analisis dalam penelitian ini mengungkap "apakah terdapat pengaruh antara kemampuan kerja dan kualitas layanan pegawai terhadap kepuasan nasabah."

Metode penelitian yang digunakan adalah Explanatory Survey Method, dengan teknik pengumpulan data kuesioner skala lima. Sumber data diperoleh dari sampel nasabah BNI cabang UPI Bandung, yaitu pada pegawai di lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Bumi Siliwangi. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah regresi ganda. Teknik ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh yang disebabkan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel kemampuan kerja diukur melalui indikator pengetahuan dan keterampilan, dan variabel kualitas layanan diukur melalui indikator reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kedua variabel bebas tersebut diukur berdasarkan persepsi nasabah. Adapun variabel kepuasan nasabah diukur melalui indikator kesetiaan, menggunakan produk/jasa kembali, dan rekomendasi yang diukur berdasarkan kondisi riil tingkat kepuasan nasabah BNI cabang UPI.

Hasil penelitian secara deskriptif menunjukkan bahwa tingkat kemampuan kerja dan kualitas layanan pegawai BNI cabang UPI termasuk dalam kategori cukup, sedangkan tingkat kepuasan nasabah masih rendah. Oleh karena itu, BNI cabang UPI harus memaksimalkan kemampuan kerja pegawainya untuk meningkatkan kepuasan nasabah dengan cara memberikan layanan berdasarkan perspektif nasabah melalui pendidikan, pelatihan, dan pengembangan karir terhadap para pegawainya yang bersifat inovatif dan berorientasi kepada nasabah. Kemudian kualitas layanan pegawai BNI cabang UPI perlu ditingkatkan lagi untuk meningkatkan kepuasan dan memelihara loyalitas nasabah yaitu dengan cara pelayanan yang lebih berorientasi terhadap kepuasan nasabah daripada produk.

Kata Kunci : Kemampuan Kerja, Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan

1. Pendahuluan

Terjadinya krisis moneter yang melanda perekonomian Indonesia menyebabkan industri perbankan menghadapi berbagai permasalahan. Masalah tersebut menyebabkan hampir keseluruhan industri perbankan di Indonesia menderita kerugian karena adanya kesulitan nilai tukar *kurs*, kesulitan likuiditas dan adanya kewajiban modal disetor dalam jumlah yang telah ditentukan oleh pemerintah dan masalah cadangan kredit yang diberikan.

Perkembangan dunia usaha menimbulkan persaingan yang sangat tajam antar bank-bank untuk berkompetisi menarik nasabah dengan memberikan produk yang beranekaragam. Selain itu, jumlah bank di

Indonesia yang semakin berkurang pasca krisis moneter seiring dengan banyaknya bank yang dilikuidasi dan merger mengakibatkan terjadi persaingan dalam memberikan jasa layanan.

Pada saat ini semua bank pemerintah maupun swasta dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Meskipun kondisi internal bank itu kurang baik, bank-bank harus tetap tampil megah, sejuk dan banyak fasilitas. Para *banker* termasuk *teller*, *customer service*, operator telepon, dan satpam harus selalu tampil sigap, dan ramah. Melalui pelayanan yang sesuai dengan

kebutuhan dan keinginan para nasabah maka diharapkan dapat meningkatkan harapan dan kepuasan para nasabah.

PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk merupakan salah satu industri jasa yang bergerak di bidang industri perbankan. PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk adalah salah satu bank yang dimiliki oleh pemerintah. Bank yang dimiliki oleh pemerintah seringkali dikenal sebagai bank yang tidak mempunyai kualitas layanan yang memuaskan (Ermina Yulianti dalam Infobank 2009, p. 25). Hal ini terbukti berdasarkan hasil survei yang dilakukan Yayasan Trisakti *Institute of Service Management Studies* (ISMS) mengenai 10 bank dengan pelayanan terbaik tahun 2008/2009 (Infobank, April 2009, p. 22).

Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa nasabah BNI Cabang UPI, masalah yang dihadapi para nasabah adalah:

1. Sikap dan kesungguhan pegawai dalam bekerja dirasakan masih kurang. Hal ini terbukti dengan kualitas layanan yang kurang memuaskan seperti dalam melakukan transaksi, nasabah merasa kurang dilayani dengan baik, pelayanan yang kurang ramah, nasabah harus menunggu antrian yang lama.
2. Kurangnya informasi dan sosialisasi mengenai produk baru (*electronic banking, intranet banking, internet banking*) sehingga kebanyakan nasabah tidak tahu cara menggunakannya, nasabah pun tidak terlibat dalam sosialisasi sehingga sulit mengevaluasi produk tersebut karena belum merasakannya.
3. Adanya ketidakpuasan nasabah secara keseluruhan mengenai kemampuan kerja pegawai serta layanan yang diterima dari pegawai BNI Cabang UPI.

Dari beberapa pernyataan nasabah di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah BNI Cabang UPI masih rendah yang ditandai dengan banyaknya keluhan dari para nasabah.

Mengacu pada hasil penelitian yang dilakukan *Marketing Research Specialist* (Raksadipoera, 1997) tentang kualitas pelayanan dikatakan bahwa lebih dari 65% nasabah suatu bank berpindah ke bank pesaing karena alasan *service quality*, diantaranya karena kurang mendapat perhatian sebanyak 20%, dan 45% karena alasan pelayanan yang kurang ramah. Untuk itu kualitas pelayanan perlu ditingkatkan secara terus menerus untuk

meningkatkan kepuasan dan memelihara loyalitas nasabah.

Ada beberapa keuntungan apabila kepuasan nasabah dapat dipenuhi oleh suatu bank, diantaranya:

1. Dengan pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan nasabah, maka nasabah akan merasa loyal kepada bank sehingga bank dapat mempertahankan nasabahnya untuk tidak beralih kepada bank lain.
2. Dengan pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan nasabah, maka nasabah akan menceritakan mengenai pelayanan bank yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif tanpa mengeluarkan biaya.

Banyak perusahaan mengembangkan strategi untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk dan jasa, baik di pasar konsumen maupun bisnis, seperti penelitian yang dilakukan oleh Sutino dan Sumarno (2005) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk (Jasa) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT. POS Indonesia Semarang", dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak semua hipotesis dapat diterima. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Namun, kualitas produk tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Sutino dan Sumarno, 2005, p. 17).

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Margaretha (2004) yang berjudul "Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumiputera 1912 (Studi Kasus di Jawa Tengah)", yang membuktikan bahwa kualitas kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan, dimana kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Margaretha, 2004, p. 301).

Dalam penelitiannya (Alma et Ali, 2007, p.149) yang berjudul "Analisis Unsur-unsur Kualitas Pelayanan Jasa yang Dominan; Kaitannya dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Kasus Taplus pada PT. Bank BNI Cabang UPI)", menunjukkan bahwa tidak semua hipotesis dapat diterima. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, tetapi kualitas pelayanan tidak

berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan kepuasan nasabah terbukti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Tidak dapat disangkal lagi bahwa kepuasan nasabah terletak pada layanan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2007:115) bahwa "Layanan berkaitan erat dengan kepuasan". Layanan memberikan dorongan khusus bagi para nasabah untuk menjalin ikatan relasi selain menguntungkan perusahaan dalam jangka panjang. Hal tersebut memaksa perusahaan untuk lebih fokus dalam memberikan layanan yang berkualitas sehingga nasabah merasa puas dan loyal.

Kotler (2009:139) memberikan arti dari kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Ketika pelanggan dalam hal ini nasabah menilai kepuasan mereka berdasarkan elemen kinerja lembaga misalnya layanan, lembaga harus menyadari bahwa nasabah mempunyai cara yang bervariasi dalam mendefinisikan kinerja yang baik.

Mengacu kepada pendapat Kotler (2009:139) di atas, pendekatan yang digunakan untuk memecahkan masalah belum tercapainya kepuasan pelanggan adalah menggunakan pendekatan perilaku khususnya perilaku konsumen (*customer behaviour*). Loudon & Della Bitta (Kotler, 2009: 202) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah:

"customer behavior maybe defined as the decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring using disposing of goods and service".

Keinginan dan kebutuhan nasabah untuk mencapai tingkat kepuasan memang tidak mudah diprediksi. Salah satu cara yang bisa digunakan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah adalah melalui sebuah survei (Infobank, 2009, p. 13). Salah satu hasil survei yang dilakukan Yayasan Trisakti *Institute of Service Management Studies* (ISMS) menampilkan bank swasta dan bank pemerintah yang masuk dalam 10 bank dengan pelayanan

terbaik. Survei tersebut berdasarkan beberapa pengukuran kualitas pelayanan yaitu staf (*customer service, teller, satpam, dan operator telepon*) dan fisik (*kenyamanan ruangan, banking hall, ATM, dan toilet*). Survei dilakukan di Jakarta dan Bandung.

Hasil survei pada tahun 2008-2009 yang dilakukan oleh *Marketing Research Indonesia* (MRI) juga menghasilkan bank swasta dan bank pemerintah yang berhasil menempati 10 besar bank dengan pelayanan yang memuaskan. Hasil survei tahun 2009 yang dilakukan oleh *Marketing Research Indonesia* yang dilakukan di tiga kota besar yaitu Jakarta, Medan dan Semarang kembali menunjukkan bahwa bank-bank pemerintah masih kalah bersaing dalam hal pelayanan kepada nasabah dibandingkan dengan bank-bank asing. PT. Bank Negara Indonesia, persero (Tbk) yang pada survei sebelumnya masuk peringkat sepuluh besar, pada survei tahun 2009 ini tidak masuk dalam 10 bank dengan pelayanan terbaik. Hasil survei tahun 2006, 2007, 2008, dan 2009 dari ISMS dan MRI adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Peringkat Bank sesuai dengan Tingkat Kualitas Layanan

Bank	2006	2007	2008	2009
HSBC	-	1	6	9
City Bank	1	2	5	6
Bank Danamon	3	3	1	2
Bank Niaga	2	4	3	4
BRI	9	5	-	-
Bank Permata	-	6	2	5
BII	4	7	-	-
BNI	7	8	-	-
BCA	5	10	9	1
Bank Mandiri	5	10	10	3

Sumber : Info Bank (April, 2009)

Berdasarkan survei di atas diketahui seberapa penting dimensi-dimensi kualitas pelayanan bank dinilai nasabah (*Importance Rating*) serta bagaimana pengalaman yang nasabah peroleh untuk dimensi-dimensi itu (*Performance Rating*). Hasil penelitian diatas juga menunjukkan bahwa *Assurance* (kemampuan memberikan pelayanan) merupakan dimensi yang dianggap paling penting oleh nasabah. Kepuasan muncul karena kualitas layanan bank yang baik.

Lima hal yang mencakup dalam kualitas layanan yang baik menurut Parasuraman, Zeithaml, dan L. Berry (Tjiptono, 2008: 174). yaitu :

1. *Reliability*
2. *Responsiveness*
3. *Assurance*
4. *Empathy*
5. *Tangible (Authomatic Teller Machine, Phone Banking)*

Reliability merupakan kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang tepat, dapat diandalkan dan dapat dipercaya. *Assurance* merupakan kemampuan bank atau karyawan untuk memberikan pelayanan yang dapat menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank dan rasa aman nasabah dalam melakukan transaksi dengan bank. Dimensi ini juga berarti kemampuan karyawan untuk bersikap ramah, sopan dan menghargai nasabah. Sementara, *responsiveness* merupakan kesediaan bank untuk membantu nasabah bila nasabah mengalami masalah dan tidak membiarkan nasabah menunggu atau mengantri terlalu lama untuk dilayani. *Empathy* merupakan suatu bentuk perhatian yang umumnya disenangi setiap orang. Ini berarti bank mampu memahami apa yang dibutuhkan nasabahnya, sehingga nasabah merasa kepentingannya lebih diutamakan. *Tangible* merupakan kemampuan bank dalam menyediakan fasilitas fisik, misalnya ruang tunggu yang bersih dan nyaman, ATM yang memiliki beragam fungsi, jaringan ATM yang luas dan berpenerangan cukup, serta penampilan *personel*, baik petugas satuan pengamanan (satpam) maupun karyawan kantor yang selalu rapi.

Posisi PT. Bank Negara Indonesia, Tbk sebagai bank milik pemerintah mempunyai kualitas layanan yang menduduki peringkat tujuh pada tahun 2006 sedangkan pada tahun 2007 menduduki peringkat delapan, pada tahun 2008 dan 2009 tidak masuk sepuluh besar bank dengan pelayanan prima, sehingga terjadi penurunan peringkat kualitas layanan.

Selain didasarkan pada hasil Survei yang dilakukan MRI (*Marketing Research Indonesia*) dan ISMS (*Institute of Service Management Studies*), tolok ukur atau pedoman yang dijadikan penguat mengenai adanya penurunan kualitas layanan yang terjadi pada PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk adalah semakin meningkatnya jumlah komplain dari *existing* nasabah mengenai kualitas

layanan pada tiga tahun terakhir yaitu terhitung tahun 2007 sampai dengan tahun 2009. Secara rinci jumlah komplain seperti terlihat dalam Tabel 2:

Tabel 2
Jumlah Komplain Nasabah
PT. Bank Negara Indonesia, Tbk

Bulan	2007	2008	2009
Januari	430	462	517
Februari	432	493	521
Maret	439	497	517
April	421	483	510
Mei	438	492	499
Juni	430	497	517
Juli	438	449	502
Agustus	446	501	517
September	449	497	519
Oktober	438	502	510
November	458	510	512
Desember	450	521	532
Jumlah	5269	5904	6173

Sumber : PT. Bank Negara Indonesia, Tbk (2009)

Tabel diatas menunjukkan bahwa PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk. masih sangat kurang dalam kualitas layanan yang merupakan *key driver* dalam kepuasan nasabah yang terlihat dengan menurunnya peringkat kualitas layanan dan meningkatnya jumlah komplain pada tiga tahun terakhir.

Begitu banyaknya permasalahan-permasalahan yang menyangkut sumber daya manusia sebagai pegawai dalam organisasi atau dalam suatu instansi, masalah-masalah yang disebabkan faktor individu antara lain; pegawai memiliki perbedaan dalam kemampuan, emosi, motivasi, mental dan spiritual. Di dalam organisasi, faktor-faktor manusiawi pada diri pegawai tersebut akan berkembang menjadi permasalahan yang kompleks pada instansi tersebut, seperti rendahnya kinerja pegawai, motivasi kerja, dan kemampuan kerja. Permasalahan tersebut tentunya dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi dalam hal ini berkaitan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan/pegawai BNI kepada para nasabah.

Dengan demikian peranan *Servqual* dan peningkatan kemampuan kerja pegawai dalam proses penyampaian layanan sangat penting dalam pencapaian kinerja layanan untuk mencapai kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, penulis menuangkannya dalam judul "Pengaruh Kemampuan Kerja Dan Kualitas Layanan Pegawai Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Cabang UPI. (Survei pada Pegawai di Lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Bumi Siliwangi).

2. Kerangka Pemikiran

Sebagaimana terungkap pada latar belakang, bahwa pendekatan yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian digunakan teori produktivitas, (Sutermeister), teori kepuasan (Kotler), dan pendekatan psikologi tentang perilaku, khususnya teori perilaku konsumen (*customer behaviour*).

Luthans (1998), Gibson, et. al. (1996), menjelaskan konsep dasar psikologi mengungkapkan bahwa perilaku individu pada dasarnya dilandasi oleh proses-proses psikis pada diri individu atau organisme di dalam lingkungan tertentu.

Loudon & Della Bitta (Kotler, 2009:202) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah:

"customer behavior maybe defined as the decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring using disposing of goods and service".

Kepuasan berasal dari perspektif pengalaman konsumen setelah menggunakan produk atau jasa. (Engel, *customer behavior theory*) <http://blogatwordpress.com>. Menurut Kotler (2009: 139) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Lima hal yang tercakup dalam kualitas layanan yang baik menurut Parasuraman, Zeithaml, dan L. Berry (Tjiptono, 2008: 174). yaitu :

1. *Reliability*
2. *Responsiveness*
3. *Assurance*
4. *Empathy*
5. *Tangible (Authomatic Teller Machine, Phone Banking)*

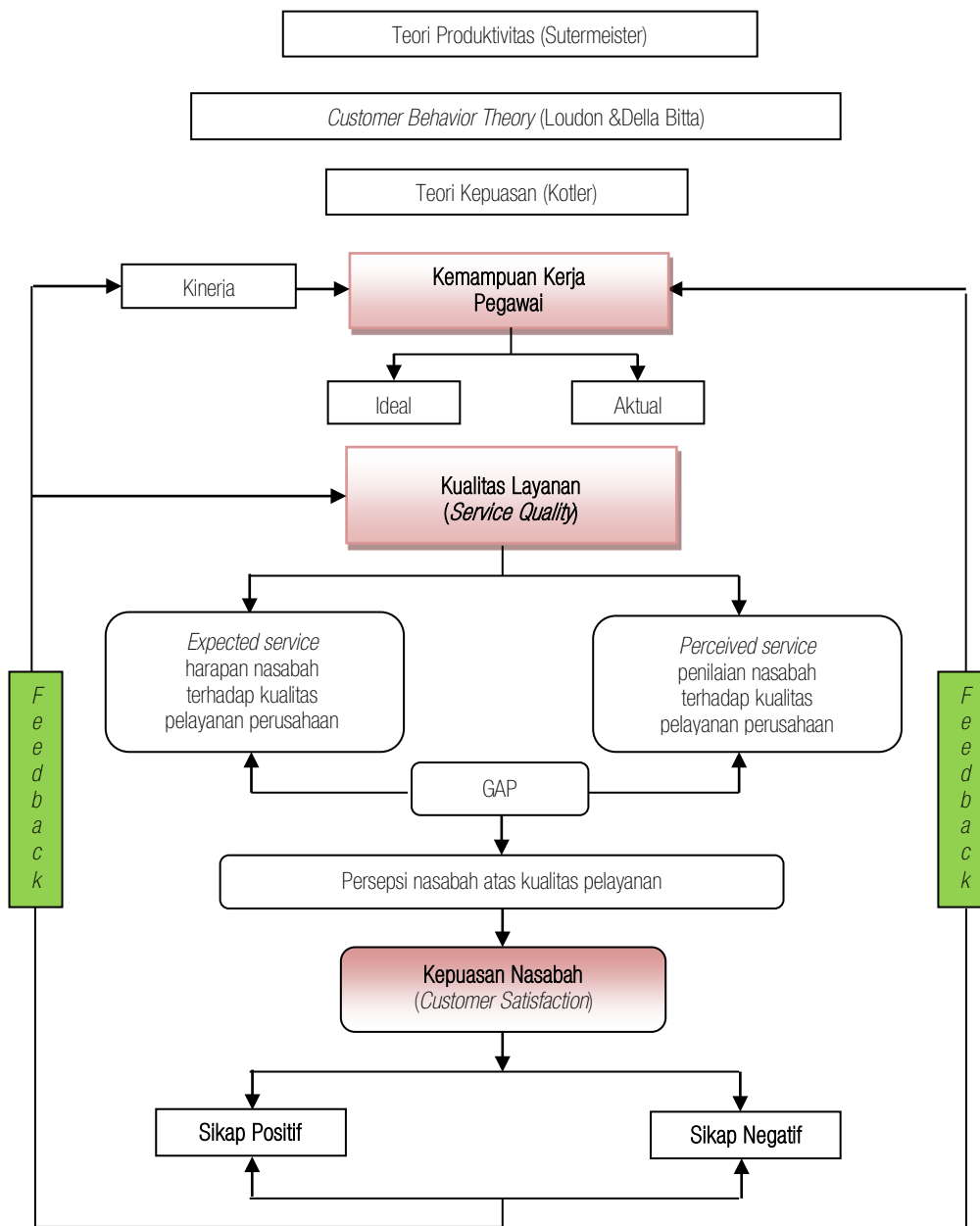
Kualitas layanan (*service quality*) merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara layanan yang diharapkan (*expected service*) dengan layanan yang diterima (*percieved service*). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service* maka layanan akan dipersepsikan sebagai layanan yang ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan dengan *expected service* maka layanan akan dipersepsikan negatif. Hal inilah yang akan menimbulkan seorang nasabah merasa puas atau tidak puas. Merujuk pendapat Kotler (2009:179) nasabah yang merasa puas akan memiliki perilaku yang setia, menggunakan produk atau jasa kembali, dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, nasabah yang tidak puas akan memperlihatkan perilaku negatif seperti menyebarkan berita jelek kepada nasabah lain, menyampaikan komplain kepada lembaga, dan memutuskan untuk tidak menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

Permasalahan yang berkaitan dengan kualitas layanan kepada nasabah tidak terlepas dari sumber daya manusia sebagai pegawai dalam suatu perusahaan yang disebabkan oleh faktor individu diantaranya pegawai memiliki perbedaan dalam kemampuan. Sutermeister (1976:14) mengemukakan bahwa kemampuan kerja dihasilkan dari pengetahuan dan keahlian/keterampilan;

"ability is deemed to result from knowledge and skill. Knowledge is tum affected by education experience, training and interest. Skill is affected by attitude and personality as well as by education experience, training and interest".

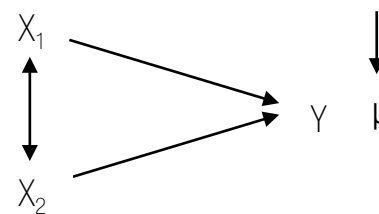
Permasalahan tersebut tentunya dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi dalam hal ini berkaitan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh pegawai. Dengan demikian peningkatan kemampuan kerja pegawai dalam proses penyampaian layanan sangat penting dalam pencapaian kinerja layanan untuk mencapai kepuasan nasabah.

Mempelajari dan memahami beberapa konsep mengenai kemampuan kerja, kualitas layanan dan kepuasan nasabah dari beberapa ahli tersebut maka penulis membuat skema sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambaran kerangka berpikir di atas, variabel yang akan diteliti ada tiga yaitu kemampuan kerja (X_1) dan kualitas layanan (X_2) sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel dependen. Berikut Gambar 2 hubungan kausalitas antar variabel penelitian :



Gambar 2
Hubungan Kausalitas

Keterangan:

X_1 : Kemampuan Kerja

X_2 : Kualitas Layanan

Y : Kepuasan Nasabah
 μ : Variabel yang tidak diteliti

2.1 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang perlu dibuktikan benar atau tidak. Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disajikan hipotesa untuk penelitian yang akan diuji sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif antara kemampuan kerja pegawai terhadap kepuasan nasabah.
2. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas layanan pegawai terhadap kepuasan nasabah.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif survei dan *eksplanatory survey*. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif

Oerasionalisasi Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

9. Kemampuan Kerja (X_1) dengan indikator:
 - a. Pengetahuan
 - b. Keterampilan
 - 1) Keterampilan menjalankan tugas
 - 2) Keterampilan menjalankan penguatan
 - 3) Keterampilan mengadakan variasi
10. Kualitas Layanan (X_2)
 - a. Reliabilitas
 - b. Daya tanggap
 - c. Jaminan
 - d. Empati
 - e. Bukti fisik
3. Kepuasan Nasabah (Y)
 - a. Lebih setia/loyal
 - b. Menggunakan produk/jasa kembali
 - c. Rekomendasi

Tabel 3
Rekapitulasi Tenaga Pendidik/Edukatif
berdasarkan Unit Kerja di Lingkungan UPI
Kampus Bumi Siliwangi

No	Unit Kerja	Jumlah Pegawai
1	FIP	208
2	FPIPS	117
3	FPBS	220

No	Unit Kerja	Jumlah Pegawai
4	FPMIPA	205
5	FPTK	175
6	FPOK	91
7	FPEB	99
Jumlah Total		1115

Sumber: Data dari Direktorat SDM UPI

Tabel 4
Rekapitulasi Tenaga Kependidikan berdasarkan
Unit Kerja di Lingkungan UPI Kampus Bumi
Siliwangi

No	Unit Kerja	Jumlah Pegawai
1	FIP	22
2	FPIPS	25
3	FPBS	36
4	FPMIPA	52
5	FPTK	47
6	FPOK	29
7	FPEB	14
8	SPs	28
9	UPT LBK	2
10	SAI	3
11	Humas	3
12	Dir. Perencanaan & Pengembangan	12
13	LPPM	18
14	Direktorat Perpustakaan	25
15	Direktorat Akademik	47
16	Dit. Pembinaan Kemahasiswaan	20
17	Direktorat Keuangan	25
18	Direktorat SDM	24
19	Biro Aset dan Fasilitas	45
20	Direktorat TIK	31
21	Direktorat Usaha	3
22	BKPAP	7
23	Sekretariat Universitas	13
Total Jumlah		531

Sumber: Data dari Direktorat SDM UPI

Teknik pengambilan sampel penelitian ini mengambil sebagian objek populasi dengan pengambilan sampel berstrata/bertingkat (*proportionate random sampling*), sedangkan teknik pengambilan unit sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane atau Slovin. Uji Validitas formula yang digunakan untuk menguji validitas instrumen angket dalam penelitian ini adalah *Pearson's Coefficient of Correlation (Product Moment Coefficient)*

Dalam penelitian ini Analisis Regresi dihitung dengan menggunakan analisis regresi berganda, (Sugiyono, 2006: 201).

4. Hasil Pengujian

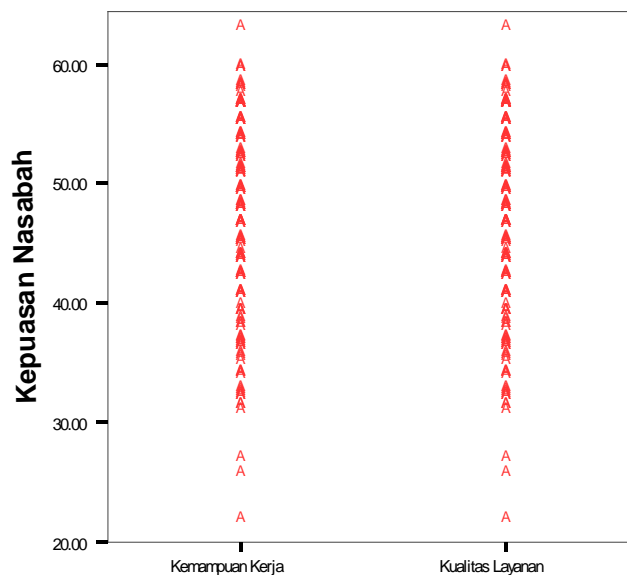
Tabel 5
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kemampuan Kerja	Kualitas Layanan	Kepuasan Nasabah
N		176	176	176
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	54.7168	67.7658	46.6482
	Std. Deviation	9.27189	8.96270	8.21248
Most Extreme Differences	Absolute	.093	.100	.081
	Positive	.061	.079	.055
	Negative	-.093	-.100	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		1.231	1.330	1.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096	.058	.201

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Gambar 3
Grafik Uji Linieritas Regresi

Tabel 6
Hasil Uji Linieritas X_1 terhadap Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Kemampuan Kerja	Between Groups	(Combined)	11485.043	163	70.460	2.661	.030
		Linearity	3674.885	1	3674.885	138.761	.000
		Deviation from Linearity	7810.158	162	48.211	1.820	.121
	Within Groups		317.803	12	26.484		
	Total		11802.846	175			

Tabel 7
Hasil Uji Linieritas X_2 terhadap Y

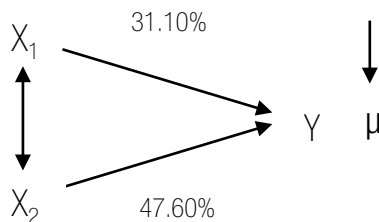
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Kualitas Layanan	Between Groups	(Combined)	11667.003	170	68.629	2.526	.149
		Linearity	5621.426	1	5621.426	206.908	.000
		Deviation from Linearity	6045.577	169	35.773	1.317	.420
	Within Groups		135.844	5	27.169		
	Total		11802.846	175			

Tabel 8
Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Persamaan Regresi	Nilai Sig.	Keterangan
Hipotesis 1	$\hat{Y} = 19.065 + 0.494X_1$	0.000	Signifikan
Hipotesis 2	$\hat{Y} = 3.796 + 0.632X_2$	0.000	Signifikan

Ket. Nilai Sig dibandingkan dengan 0.05

Berdasarkan perhitungan determinasi dapat digambarkan model determinasi variabel penelitian seperti tampak pada Gambar 4



Gambar 4
Model Determinasi Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

5. Pembahasan

5.1 Pengaruh Kemampuan Kerja terhadap Kepuasan Nasabah

Secara empirik, hasil penelitian ini menginformasikan bahwa variabel kemampuan kerja pada penelitian ini diukur melalui indikator pengetahuan dan keterampilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh kemampuan kerja dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah sebesar 31,10%.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kemampuan kerja pegawai, akan diikuti oleh semakin tingginya kepuasan nasabah. Hal ini dapat diterangkan oleh persamaan regresi $\hat{Y} = 19.065 + 0.494X_1$.

Berdasarkan temuan empirik yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari kemampuan kerja terhadap kepuasan nasabah, hasil penelitian ini memberikan beberapa informasi, berikut. *Pertama*, kemampuan kerja memberikan pengaruh yang berarti terhadap kepuasan nasabah. *Kedua*, salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah dengan meningkatkan tingkat kemampuan kerja pegawai.

5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Pegawai Terhadap Kepuasan Nasabah

Secara empirik, hasil penelitian ini menginformasikan bahwa variabel kualitas layanan pada penelitian ini diukur melalui indikator reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah sebesar 47,60%.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin baik/tinggi kualitas layanan yang diberikan, maka akan diikuti oleh semakin tingginya kepuasan nasabah. Hal ini dapat diterangkan oleh persamaan regresi $\hat{Y} = 3.796 + 0.632X_2$.

Berdasarkan temuan empirik yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan pegawai terhadap kepuasan nasabah, hasil penelitian ini memberikan beberapa informasi, berikut. *Pertama*, kualitas layanan memberikan pengaruh yang berarti terhadap kepuasan nasabah. *Kedua*, salah satu cara untuk

meningkatkan kepuasan nasabah adalah dengan meningkatkan kualitas layanan. *Ketiga*, temuan ini memberikan penegasan terhadap teori yang menyebutkan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Semakin baiknya kualitas pelayanan maka akan baik pula hubungan dengan konsumen, sehingga diharapkan akan tercipta kepuasan konsumen.

6. Kesimpulan

1. Tingkat kemampuan kerja pegawai BNI cabang UPI yang diukur melalui indikator pengetahuan dan keterampilan, dapat diketahui bahwa pada umumnya nasabah memberikan persepsi tentang kemampuan kerja pegawai BNI cabang UPI dalam kategori cukup.
2. Kualitas layanan pegawai BNI Cabang UPI yang diukur melalui lima indikator yaitu reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*resvonsivenes*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*), pada umumnya nasabah memberikan persepsi tentang kualitas layanan BNI cabang UPI dalam kategori cukup.
3. Tingkat kepuasan nasabah BNI Cabang UPI yang diukur melalui indikator lebih setia atau loyal, menggunakan produk atau jasa kembali, dan rekomendasi, dapat diketahui bahwa pada umumnya nasabah menilai tingkat kepuasan dalam kategori rendah sehingga belum mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan.
4. Terdapat pengaruh positif antara tingkat kemampuan kerja pegawai terhadap tingkat kepuasan nasabah.
5. Terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

7. Rekomendasi

1. BNI cabang UPI harus memaksimalkan kemampuan kerja pegawainya untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan demikian BNI cabang UPI diharapkan dapat memberikan layanan berdasarkan perspektif nasabah melalui pendidikan dan pelatihan terhadap para pegawainya yang bersifat inovatif dan berorientasi kepada nasabah.
2. Kualitas layanan pegawai BNI cabang UPI perlu ditingkatkan lagi untuk meningkatkan kepuasan dan memelihara loyalitas nasabah, yaitu dengan cara pelayanan yang lebih berorientasi terhadap kepuasan

nasabah daripada produk. Hal ini akan berdampak pada:

- a. Nasabah akan merasa loyal terhadap bank sehingga bank dapat mempertahankan nasabahnya untuk tidak beralih kepada bank lain.
- b. Nasabah akan menceritakan mengenai pelayanan bank yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif tanpa mengeluarkan biaya.

8. Daftar Pustaka

- Alma, Buchari, Rd. Dian H. Utama, Lili Adi Wibowo, 2007. *Analisis Unsur-unsur Kualitas Pelayanan Jasa yang Dominan; Kaitannya dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Kasus Taplus pada PT. Bank BNI Cabang UPI)*, Bunga Rampai Strategic, Manajemen Bisnis berbasis hasil penelitian, Cetakan Kesatu, April 2007. Bandung: Alfabeta.
- Gibson, James L., John M. Ivancevich dan James H. Donnelly, Jr. 1996. *Organisasi, Perilaku, Struktur, Proses*, (Alih Bahasa Nunuk Adiarni), Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.
- Kotler, Philip & Keller, Kewin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, (Ed.13). Jakarta: Erlangga.
- Moureen Margaretha, 2004. *Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumiputera 1912, (Studi Kasus di Jawa Tengah)*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. III, No. 3, Desember 2004, p. 289-308.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sutormeister, A. Robert. 1976. *People and Productivity*. New York: Mc. Graw Hill Book Company. (Online)
- Sutino dan Sumarno, 2005. *Pengaruh Kualitas Produk (Jasa) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT.POS Indonesia Semarang*, Majalah Ilmiah Kopertis Wilayah VI, Vol. XV, No. 23, April/ Mei 2005, p. 9-20.

Tjiptono, F. & Chandra, G. 2007. *Service, Quality and Satisfaction*, (ed. 2). Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Manajemen: Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi II, Yogyakarta: Andi.

Zeithaml L, Valerie A; A Parasuraman; Leonardo L. Berry, 1988. *Servqual a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. *Journal and Retailing*, Vol. 64, Spring, p. 12-40.