

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA NASABAH BANK MEGA CABANG PEMBANTU KALIMALANG**

*<sup>1</sup>Anindito Kusumo Birowo*

*<sup>1</sup>Program Studi Teknik Informatika ,FTI, Institut Teknologi Budi Utomo Jakarta,  
[anindito@itbu.ac.id](mailto:anindito@itbu.ac.id)*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan dan kualitas produk akan sangat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam jangka panjang. Penelitian ini adalah penelitian observasional, data diambil menggunakan prosedur purposive sampling dengan jumlah sampel 105 orang, dimana respondennya adalah konsumen Bank Mega Cabang Pembantu Kalimantan Bekasi yang telah menjadi nasabah. Alat analisa data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) pada program AMOS. Hasil analisis SEM memenuhi kriteria Goodness of Fit Index, yaitu sebagai berikut : nilai Chi-square= 174.618; Significance probability 0.000; RMSEA = 0.080; CMIN/DF = 1.664; TLI=1.664; CFI=1.921; GFI = 0.886 dan AGFI = 0.842. Berdasarkan hasil analisis data terlihat bahwa dari tujuh hipotesis, semua hipotesis dapat diterima, maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dapat diterima.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

### **1. PENDAHULUAN**

Bank merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa keuangan yang berfungsi sebagai pengumpul dana, pemberi pinjaman dan menjadi perantara dalam lalu lintas pembayaran giral. Peranan bank sebagai lembaga keuangan baik dalam menghimpun dana masyarakat maupun menyalurkannya kembali ke masyarakat semakin meningkat dalam kondisi perekonomian saat ini maupun di masa yang akan datang, peranan pertumbuhan mempunyai kedudukan yang strategis sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar arus lalu lintas pembayaran dirasakan amat dibutuhkan.

Menyadari betapa pentingnya kualitas pelayanan dalam dunia perbankan karena berkaitan dengan citra bank yang terbentuk dalam masyarakat, maka Bank Mega Cabang Pembantu Kalimantan Bekasi berusaha mengantisipasi hal ini dengan menerapkan “Program Kami Melayani” yang meliputi usaha

memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabah dan selalu menekankan pada kualitas pelayanan yang mampu memberikan kemudahan dan kualitas pelayanan, yang mengacu kepada kelima unsur dalam kualitas pelayanan yaitu : Tangibility , Emphaty , Reliability , Responsiveness dan Assurance

Tangibility berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik , perlengkapan, sarana dan prasarana yang harus disesuaikan dengan standard kelayakan yang ditetapkan manajemen Bank Mega serta penampilan karyawan yang dituntut untuk selalu bersih,rapid an wangi. Emphaty berarti bagaimana pihak bank memahami masalah para nasabahnya dan bertindak demi kepentingan nasabah serta memberikan perhatian personal kepada nasabah dengan cara memberikan solusi jalan keluar atas permasalahan yang dihadapi oleh nasabah, Reliability berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat, Responsiveness berkenaan

dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan bank untuk membantu dan merespons permintaan mereka secara cepat dan tepat sedangkan Assurance berkaitan dengan perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan para nasabahnya yang sekaligus menciptakan rasa aman dalam bertransaksi. Assurance juga dapat berarti selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah nasabah.

Berawal dari gejala-gejala tersebut di atas dan adanya keinginan untuk membentuk citra diri yang baik mengenai Bank Mega Cabang Pembantu Kalimantan Bekasi maka penulis bermaksud melakukan penelitian dan menganalisa pengaruh faktor-faktor pelayanan terhadap kualitas pelayanan di Bank Mega Cabang Pembantu Kalimantan Bekasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan secara akademis untuk menambah literatur dalam bidang pelayanan khususnya bagi perbankan, serta dapat memberikan masukan bagi kaum praktisi khususnya pihak manajemen Bank Mega Cabang Pembantu Kalimantan Bekasi untuk merancang strategi pemasarannya.

## 2. METODOLOGI

### 2.1 Populasi, Sampel dan Sampling

Untuk mendapatkan informasi data populasi yang diperlukan dalam penyelesaian penelitian ini digunakan dua jenis data sebagai berikut :

- a. Data Primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh penulis sendiri melalui obyek yang diteliti yaitu dengan para nasabah atau pelanggan Bank Mega Cabang Pembantu Kalimantan. Untuk mendapatkannya, penulis menggunakan metode quisioner yang terstruktur yaitu dengan mengajukan pertanyaan tanya jawab secara tulisan dan pengamatan langsung untuk mendapatkan tambahan

informasi yang mendukung kegiatan penelitian.

- b. Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan dengan cara membaca, mengutip baik secara langsung maupun tidak langsung dari buku – buku riset, literatur, koran, majalah yang bersifat ilmiah yang berhubungan langsung dengan topik yang diteliti dan juga adanya bahan referensi dari data data Bank Mega Cabang Pembantu Kalimantan Bekasi.

Sampel adalah satu set atau kumpulan data penelitian yang merupakan bagian dari populasi.

Sampling adalah teknik tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengambil sampel dari populasi

Cara pemilihan sampel dilakukan secara simple random sampling without replacement : Cara ini mengandung arti bahwa setiap sample yang dipilih memiliki peluang yang sama untuk dipilih namun sample yang telah terpilih tidak mempunyai kesempatan untuk dipilih kembali. Jumlah sample yang diambil pada penelitian ini menggunakan metode Slovin , yang perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Besar sample  
N = Jumlah populasi  
e = sampling error = 10%

Penarikan sample bisa dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{10000}{1 + 10000(0.1)^2} \quad n = 99.009 \approx 100$$

Berdasarkan pendapat di atas guna memudahkan penelitian dan pencarian data, maka dasar pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling dengan jumlah sampel sebesar 100 responden.

### 2.2 Disain Penelitian

Disain adalah rekayasa operasional bagaimana sebuah penelitian akan dilaksanakan dalam rangka meminimalkan

unsur kekeliruan (error). Dalam penelitian deskriptif kualitatif - kuantitatif, terdapat sejumlah disain penelitian yang dapat digunakan oleh peneliti. Disain dari penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder .

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif. Jenis metode deskriptif yang digunakan oleh peneliti adalah metode survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Oleh karena itu penelitian survei dapat disimpulkan sebagai penelitian yang diadakan untuk memperoleh fakta – fakta dari gejala – gejala yang ada dan mencari keterangan – keterangan secara faktual.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan yang disusun sedemikian rupa sehingga dengan mudah dapat dijawab. Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian ini.

Pertanyaan yang diberikan adalah pilihan berganda atau multiple choice di mana jawaban untuk setiap pertanyaan telah disediakan dan responden tinggal memilih salah satu jawaban yang paling tepat dari lima jawaban yang tersedia.

Analisis kuesioner dilakukan dengan memberikan nilai dari hasil kuesioner berdasarkan ranking atau skala Likert dengan bobot nilai (Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, 1995 : h. 102) sebagai berikut : a = 5, b = 4, c = 3, d = 2, e = 1; namun dalam penelitian ini bobot nilainya menggunakan kisaran (interval) :

a = 4.51 – 5.50 (sangat puas / sangat penting)

b = 3.51 – 4.50 (puas / penting)

c = 2.51 – 3.50 (cukup puas / cukup penting)

d = 1.51 – 2.50 (tidak puas / tidak penting)

e = 0.50 – 1.50 (sangat tidak puas / sangat tidak penting)

Untuk mengetahui tanggapan nasabah (pelanggan) terhadap pelayanan Bank Mega Cabang Pembantu Kalimalang , teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Hasil dari kuesioner

akan memperlihatkan apakah peranan unsur-unsur pelayanan tersebut mampu menciptakan kepuasan pelanggan (nasabah) Bank Mega Cabang Pembantu Kalimalang. Kuesioner dibagikan kepada 100 nasabah Bank Mega Cabang Pembantu Kalimalang, dan jumlah kuesioner yang kembali serta yang dapat diolah berjumlah 100 kuesioner. Nasabah yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah nasabah non fasilitas kredit, dengan pertimbangan bahwa nasabah tersebut sering mengunjungi bank dan sering memanfaatkan produk atau jasa layanan perbankan Bank Mega Cabang Pembantu Kalimalang.

Analisa Kualitatif -Kuantitatif diperlukan untuk menganalisa pengaruh serta hubungan sebab – akibat antara variabel bebas (independen atau variabel yang mempengaruhi) yaitu kualitas pelayanan dengan variabel terikat (dependen atau variabel yang dipengaruhi) yaitu kepuasan pelanggan.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Kondisi Objektif Tempat Penelitian**

Penilaian baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh bank biasanya berdasarkan kualitas personil yang berada pada unit layanan bagian depan, walaupun pada kenyataannya kualitas pelayanan dibentuk oleh suatu sistem yang terdiri dari seluruh bagian dalam organisasi bank tersebut, seperti contoh seorang ingin mengambil bukti perpanjangan bilyet deposito, bukti bilyet deposito bulan sebelumnya sudah diberikan kepada customer service untuk diproses dan dengan segera telah diteruskan ke layanan bagian belakang yaitu bagian administrasi deposito. Namun ternyata ada suatu hambatan di unit layanan bagian belakang mungkin bisa berupa adanya ketidakcocokan nomor bilyet atau mungkin terdapat kerja sama yang kurang baik atau sebab-sebab lain yang

mengakibatkan nasabah harus menunggu lebih lama. Pada kondisi demikian sangat dibutuhkan kemampuan petugas bagian depan untuk memberikan penjelasan secara bijaksana agar hubungan baik dengan nasabah tetap terpelihara dan mencegah kekecewaan nasabah hingga menjadi kemarahan. Oleh karena itu diperlukan kualifikasi khusus yang berbeda untuk petugas bagian depan dan belakang.

Tabel 1 Deskripsi Penyebaran Kuesioner

Penelitian	Jumlah kuesioner yang disebar	Jumlah kuesioner yang kembali	Jumlah kuesioner yang reject (kosong)	Jumlah kuesioner yang dapat diolah & dianalisis
Bank Mega Cabang Pembantu Kalmalang	105 lembar	105 lembar	0 lembar	105 lembar

Penelitian Jumlah kuesioner yang disebar Jumlah kuesioner yang kembali Jumlah kuesioner yang reject (kosong) Jumlah kuesioner yang dapat diolah & dianalisis

Dengan metode ini, kecil kemungkinan responden tidak menyelesaikan pengisian kuesioner. Namun biaya dan waktu yang harus disediakan peneliti menjadi lebih banyak tersita. Kelemahan lain dari metode ini kemungkinan terjadi penilaian subyektif dari interviewer (interviewer error).

Untuk menanggulangi hal tersebut, dilakukan kombinasi antara drop-off survey dengan people administrated survey, yaitu kuesioner dipegang sendiri oleh responden dan pengisiannya akan dipandu dan didampingi oleh interviewer yang sekaligus bertindak sebagai pengawas jika ada pertanyaan yang terlewat atau tidak dimengerti oleh responden. Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden berdasarkan

pekerjaan dapat digunakan sebagai informasi yang menjelaskan produk-produk yang diminati berdasarkan pekerjaan nasabah. Tabel 4.2 memberikan informasi mengenai jenis-jenis pekerjaan responden.

Tabel 2. Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD/SLTP	17	15,7%
SLTA	49	45,4%
Diploma	30	27,8%
Sarjana	12	11,1%
Total	105	100%

Tabel 3. Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
PNS/TNI/POLRI	36	34,3%
Pegawai BUMN	18	17,1%
Wiraswasta	45	42,9%
Lainnya	6	5,7%
Total	105	100%

### 3.2. Statistika Deskriptif

Untuk melakukan analisis deskriptif, digunakan teknik Analisis Indeks, untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan. Teknik skoring yang dilakukan dalam penelitian ini adalah minimum 1 dan maksimum 10, maka perhitungan indeks jawaban responden dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2006):.

$$\text{Nilai Indeks} = ((\%F1x1)+(\%F2x2)+(\%F3x3)+(\%F4x4)+(\%F5x5)+(\%F6x6) + (\%F7x7)+(\%F8x8)+(\%F9x9)+(\%F10x10))/10$$

Dimana :

- F1 = frekuensi responden yang menjawab 1
- F2 = frekuensi responden yang menjawab 2
- F3 = frekuensi responden yang menjawab 3
- F4 = frekuensi responden yang menjawab 4
- F5 = frekuensi responden yang menjawab 5
- F6 = frekuensi responden yang menjawab 6
- F7 = frekuensi responden yang menjawab 7
- F8 = frekuensi responden yang menjawab 8
- F9 = frekuensi responden yang menjawab 9
- F10 = frekuensi responden yang menjawab 10

Oleh karena itu angka jawaban responden tidak berangkat dari angka 0, tetapi mulai angka 1 hingga 10, maka angka indeks yang dihasilkan akan berangkat dari angka 1 hingga 10 dengan rentang sebesar 189, tanpa angka 0. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (three box method) maka rentang sebesar 189 dibagi tiga sehingga menghasilkan rentang sebesar 63 yang

akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks, yaitu sebagai berikut (Ferdinand, 2006):

21,00 – 84 = rendah  
84,01 – 147 = sedang  
147,1 – 210 = tinggi

Dengan dasar ini maka peneliti dapat mengetahui indeks persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

### 1. Variabel Keterwujudan (Tangible)

Variabel keterwujudan diukur melalui tiga indikator, yaitu petunjuk layanan transaksi yang jelas (X1), ketersediaan peralatan pendukung (X2), dan penampilan fisik dan kerapihan pegawai (X3). Hasil perhitungan nilai indeks dapat dilihat dalam Tabel 3.5 di bawah ini.

Tabel 5.  
Indeks Variabel Keterwujudan (Tangible)

Indikator	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keterwujudan (Tangible)										Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Petunjuk (X1)	2	13	23	25	17	13	9	1	1	1	45
Peralatan (X2)	3	12	27	25	17	12	6	2	1	0	43.2
Penampilan (X3)	4	18	18	26	20	8	9	1	0	1	42.7
Rata-Rata											43,63

Sumber : Penelitian Mandiri

Dari hasil perhitungan nilai indeks diketahui bahwa nilai indeks untuk variabel Jaminan (Assurance) adalah 43,63. Berdasarkan three box method dapat disimpulkan bahwa variabel keterwujudan termasuk dalam kategori rendah.

Selanjutnya untuk mengetahui tanggapan/persepsi responden secara terinci yang diperoleh melalui kuesioner dengan tipe pertanyaan terbuka, tanggapan/persepsi responden tentang keterwujudan di Bank Mega Cabang Pembantu Kalimantan Bekasi yang memiliki kesamaan dikelompokkan menjadi

satu. Adapun hasilnya dapat dilihat dalam Tabel 6 dibawah ini.

Tabel 6 Deskripsi  
Indeks Variabel  
Keterwujudan (Tangible)

INDIKATOR	INDEKS DAN PRESTASI	PERSEPSI RESPONDEN
Keterwujudan (Tangible)	43,63 (Rendah)	Tidak ada petunjuk transaksi yang jelas. Misalnya : customer service, nomor antrian, dll Peralatan pendukung kurang memadai (ballpoint sering tidak ada, aplikasi tidak rapih, mesin fotocopy tidak tersedia) Sudah cukup rapih dan sopan

Sumber : Penelitian Mandiri

### 2. Variabel Empati (Empathy)

Variabel empati (empathy)

diukur melalui tiga indikator, yaitu Komitmen kepada nasabah (X4), Keterlibatan Nasabah (X5), dan Komunikasi dengan Nasabah (X6). Hasil perhitungan nilai indeks dapat dilihat dalam Tabel.7 di bawah ini.

Tabel.7  
Indeks Variabel Empati (Empathy)

Indikator	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Empati (Empathy)										Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Komitmen (X4)	6	15	24	20	17	13	6	0	2	2	43.1
Keterlibatan (X5)	11	13	16	20	18	9	4	8	5	1	45.6
Komunikasi (X6)	5	15	21	12	26	16	5	4	1	0	44.8
Rata-Rata											44.50

Sumber : Penelitian Mandiri

### 3. Variabel Kehandalan (Reliability)

Variabel kehandalan diukur melalui tiga indikator, yaitu Kemampuan karyawan memberikan penjelasan (X10), Tidak adanya kesalahan dalam pemberian layanan (X11), dan Kemampuan karyawan melakukan koreksi dengan cepat pada waktu terjadi kesalahan (X12). Hasil perhitungan nilai indeks dapat dilihat dalam Tabel 8 berikut.

Tabel 8  
Indeks Variabel Kehandalan (Reliability)

Indikator	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kehandalan (Reliability)										Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ketepatan (X10)	4	15	21	22	23	12	5	2	1	0	43.2
Koreksi (X11)	6	13	24	23	16	16	4	2	1	0	42.5
Penjelasan (X12)	4	11	20	26	17	18	5	2	1	1	45.3
Rata-Rata											43,67

Sumber : Penelitian Mandiri

Dari hasil perhitungan nilai indeks diketahui bahwa nilai indeks untuk variabel kehandalan (reliability) adalah 43,67. Berdasarkan three box method dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap termasuk dalam kategori rendah.

Selanjutnya untuk mengetahui tanggapan/persepsi responden secara terinci yang diperoleh melalui kuesioner dengan tipe pertanyaan terbuka, tanggapan/persepsi responden tentang kehandalan (reliability) di Bank Mega Cabang Pembantu Kalimantan Bekasi yang memiliki kesamaan dikelompokkan menjadi satu. Adapun hasilnya dapat dilihat dalam Tabel 9 dibawah ini.

Tabel 9

Deskripsi Indeks Variabel Kehandalan (Reliability)

INDIKATOR	INDEKS DAN PRESTASI	PERSEPSI RESPONDEN
Kehandalan (Reliability)	43,67 (Rendah)	Teller pernah salah tapi segera diperbaiki Keahlian nasabah segera ditindaklanjuti dan diperbaiki. Penjelasan sudah cukup jelas tapi kurang profesional dibandingkan dengan bank lain.

Sumber : Penelitian Mandiri

#### 4. Variabel Jaminan (Assurance)

Variabel keefektifan dan jaminan diukur melalui tiga indikator, yaitu kecepatan dalam pelayanan (X1), tidak ada keterlambatan karena birokrasi dan prosedur (X2), dan keamanan saat transaksi (X3). Hasil perhitungan nilai indeks dapat dilihat dalam Tabel 10 di bawah ini:

Tabel 10

Indeks Variabel Jaminan (Assurance)

Sumber : Penelitian Mandiri

Indikator	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Jaminan (Assurance)										Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Kecepatan (X13)	6	15	23	10	20	19	8	3	0	1	44.9
Keterlambatan (X14)	5	16	15	16	19	21	9	3	1	0	46.3
Keamanan (X15)	5	14	15	19	20	21	7	2	0	2	46.5
Rata-Rata											45.9

Sumber : Penelitian Mandiri

Dari hasil perhitungan nilai indeks diketahui bahwa nilai indeks untuk variabel Jaminan (Assurance) adalah 45,9. Berdasarkan three box method dapat disimpulkan bahwa

variabel Kefektifan dan Jaminan termasuk dalam kategori rendah.

#### 5. Variabel Kepuasan Nasabah (Costumer Satisfaction)

Variabel kepuasan nasabah diukur melalui tiga indikator, yaitu rasa percaya nasabah (X16), rasa kedekatan nasabah (X17), dan rasa puas nasabah terhadap jaminan layanan (X18). Hasil perhitungan nilai indeks dapat dilihat dalam Tabel 11 di bawah ini.

Tabel 11

Indeks Variabel Kepuasan Nasabah (Costumer Satisfaction)

Indikator	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kepuasan Nasabah (Costumer Satisfaction)										Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Percaya (X16)	0	0	0	0	0	15	37	28	25	0	79.8
Dekat (X17)	0	0	0	0	0	7	20	28	36	14	87
Jaminan Layanan(X18)	0	0	0	0	0	28	4	16	33	24	86.1
Rata-Rata											84,30

Sumber : Penelitian Mandiri

Dari hasil perhitungan nilai indeks diketahui bahwa nilai indeks untuk variabel kepuasan nasabah adalah 84,30. Berdasarkan three box method dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah termasuk dalam kategori sedang.

#### 6. Variabel Kesetiaan Nasabah (Costumer Loyalty)

Variabel loyalitas nasabah diukur melalui tiga indikator, yaitu motivasi pencarian merk alternatif (X25), ketahanan terhadap bujukan pesaing (X26), dan rekomendasi kepada orang lain (Word of Mouth) (X27). Hasil perhitungan nilai indeks dapat dilihat dalam Tabel di bawah ini:

Tabel 12

Indeks Variabel Loyalitas Nasabah (Costumer Loyalty)

Indikator	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kepuasan Nasabah (Costumer Satisfaction)										Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Mencari merk lain (X19)	0	0	0	0	0	7	14	28	32	24	89.2
Tahan bujukan (X20)	0	0	0	0	0	13	8	19	39	26	89.7
Rekomendasi (X21)	0	0	0	0	0	8	9	20	54	14	89.7
Rata-Rata											89,53

Sumber : Penelitian Mandiri

Dari hasil perhitungan nilai indeks diketahui bahwa nilai indeks

untuk variabel loyalitas nasabah adalah 89,30. Berdasarkan three box method dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas nasabah termasuk dalam kategori rendah.

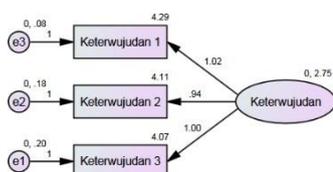
### 3.3. Statistik Inferensial - Pengujian SEM

#### 3.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis)

Analisis faktor konfirmatori merupakan tahap pengukuran terhadap indikator-indikator yang membentuk variabel laten dalam model penelitian. Variabel-variabel laten atau konstruk yang digunakan pada model peneliti ini terdiri dari tujuh konstruk / variabel dengan seluruh indikator berjumlah 21. Tujuan dari analisis faktor konfirmatori adalah untuk menguji indikator-indikator pembentuk masing-masing variabel laten. Berikut ini adalah hasil analisis faktor konfirmatori terhadap variabel-variabel penelitian.

#### 3.3.2 Analisis Konfirmatori Variabel Keterwujudan (Tangible)

Analisis ini bertujuan untuk mengkonfirmasi indikator-indikator yang membentuk variabel keterwujudan. Adapun hasil analisisnya disajikan dalam gambar 3.1 dan tabel 3.13 berikut ini :



Gambar 1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Keterwujudan

Sumber : Penelitian Mandiri

Tabel 14

#### Hasil Pengujian Kelayakan Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Keterwujudan

Godness Of Fit Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
Chi-Square (df=0)	Kecil (<3.8415)	0.000	Baik
Probability	> 0,05	0.000	Baik
RMSEA	< 0,08	1.264	Kurang Baik
GFI	> 0,90	1.000	Baik
AGFI	> 0,90	1.283	Baik
CMIN/DF	< 2,00	1.252	Baik
TLI	> 0,95	1.000	Baik
CFI	> 0,95	1.000	Baik

Sumber : Penelitian Mandiri

Dari hasil analisis faktor konfirmatori yang dilakukan terhadap variabel keterwujudan diketahui bahwa model telah memenuhi criteria goodness of fit yang telah ditetapkan. Nilai pengujian goodness of fit dengan  $\chi^2/2$  menunjukkan sebesar 0.000 dengan probabilitas sebesar 0.999 yang menunjukkan tidak adanya perbedaan antara model yang diprediksi dengan data pengamatan. Ukuran-ukuran kelayakan model yang lain berada dalam kategori baik. Dengan demikian kecocokan model yang diprediksi dengan nilai-nilai pengamatan pada variabel keterwujudan sudah memenuhi syarat.

Pengujian kemaknaan dari indikator-indikator yang membentuk variabel laten diperoleh dari nilai standardized loading factor dari masing-masing indikator. Jika diperoleh adanya nilai pengujian yang sangat signifikan maka hal ini mengindikasikan bahwa indikator tersebut cukup baik untuk membentuk variabel laten. Hasil berikut merupakan pengujian kemaknaan masing-masing indikator dalam membentuk variabel laten.

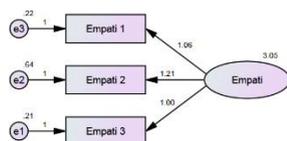
Tabel 15  
Regression Weight Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Keterwujudan

			Std. Est.	Est	SE	CR	P
X3	←	Wujud	.965	1.000			
X2	←	Wujud	.966	0.944	0.036	26.356	0.000
X1	←	Wujud	.986	1.023	0.033	30.883	0.000

Hasil analisis faktor konfirmatori pada variabel keterwujudan menunjukkan bahwa setiap indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukkan signifikansi yang tinggi, yaitu dengan nilai CR berada jauh diatas 2.00 dengan probabilitas < 0.05. Dengan hasil ini, maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten tersebut merupakan indikator atau dimensi yang baik sebagai alat ukur.

### 3.3.3 Analisis Konfirmatory Variabel Empati (Empathy)

Analisis ini bertujuan untuk mengkonfirmasi indikator-indikator yang membentuk variabel keakraban. Adapun hasil analisisnya disajikan dalam Gambar 3.2, Tabel 3.16, dan Tabel 3.17 berikut ini :



Gambar 2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Empati  
Sumber : Penelitian Mandiri

Tabel 16  
Hasil Pengujian Kelayakan Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Data Empati  
Sumber : Penelitian Mandiri

Godness Of Fit Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
Chi-Square (df=0)	Kecil (<3,8415)	0.000	Baik
Probability	> 0,05	0.000	Baik
RMSEA	< 0,08	0.928	Marginal
GFI	> 0,90	1.000	Baik
AGFI	> 0,90	1.253	Baik
CMIN/DF	< 2,00	1.380	Baik
TLI	> 0,95	1.000	Baik
CFI	> 0,95	1.000	Baik

### Godness Of Fit Indeks Cut Off Value Hasil Evaluasi Model

Dari hasil analisis faktor konfirmatori yang dilakukan terhadap variabel keakraban diketahui bahwa model telah memenuhi criteria goodness of fit yang telah ditetapkan. Nilai pengujian goodness of fit dengan  $\chi^2$  menunjukkan sebesar 0.000 dengan probabilitas sebesar 0.999 yang menunjukkan tidak adanya perbedaan antara model yang diprediksi dengan data pengamatan. Ukuran-ukuran kelayakan model yang lain berada dalam kategori baik. Dengan demikian kecocokan model yang diprediksi dengan nilai-nilai pengamatan pada variabel keakraban sudah memenuhi syarat.

Pengujian kemaknaan dari indikator-indikator yang membentuk variabel laten diperoleh dari nilai standardized loading factor dari masing-masing indikator. Jika diperoleh adanya nilai pengujian yang sangat signifikan maka hal ini mengindikasikan bahwa indikator tersebut cukup baik untuk membentuk variabel laten. Hasil berikut merupakan pengujian kemaknaan masing-masing indikator dalam membentuk variabel laten.

Tabel 17  
Regression Weight Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Empati

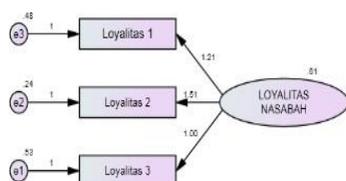
			Std. Est.	Est	SE	CR	P
X6	←	Empati	0.967	1.000			
X5	←	Empati	0.935	1.207	0.056	21.367	0.000
X4	←	Empati	0.970	1.059	0.041	26.115	0.000

Sumber : Penelitian Mandiri

Hasil analisis faktor konfirmatori pada variabel keakraban menunjukkan bahwa setiap indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukkan signifikansi yang tinggi, yaitu dengan nilai CR berada jauh diatas 2.00 dengan probabilitas < 0.05. Dengan hasil ini, maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten tersebut merupakan indikator atau dimensi yang baik sebagai alat ukur.

### 3.3.4 Analisis Konfirmatory Variabel Kesetiaan Nasabah (Costumer Loyalty)

Analisis ini bertujuan untuk mengkonfirmasi indikator-indikator yang membentuk variabel loyalitas. Adapun hasil analisisnya disajikan dalam Gambar Tabel berikut ini:



Gambar 3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Loyalitas Nasabah Sumber : Penelitian Mandiri

Tabel 3.18 Hasil Pengujian Kelayakan Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Loyalitas Nasabah

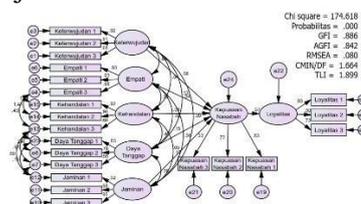
Godness Of Fit Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
Chi-Square (df=0)	Kecil (<3.8415)	0.000	Baik
Probability	> 0,05	0.000	Baik
RMSEA	< 0,08	0.690	Kurang Baik
GFI	> 0,90	1.047	Baik
AGFI	> 0,90	1.262	Baik
CMIN/DF	< 2,00	0.505	Baik
TLI	> 0,95	1.000	Baik
CFI	> 0,95	1.000	Baik

Sumber : Penelitian Mandiri

Dari hasil analisis faktor konfirmatori yang dilakukan terhadap variabel loyalitas diketahui bahwa model telah memenuhi criteria goodness of fit yang telah ditetapkan. Nilai pengujian goodness of fit dengan  $\chi^2$  menunjukkan sebesar 0.000 dengan probabilitas sebesar 0.000 yang menunjukkan tidak adanya perbedaan antara model yang diprediksi dengan data pengamatan. Ukuran-ukuran kelayakan model yang lain berada dalam kategori baik. Dengan demikian kecocokan model yang diprediksi dengan nilai-nilai pengamatan pada variabel loyalitas sudah memenuhi syarat.

### 3.3.5 Analisis Full Model Structural Equation Modeling (SEM)

Analisis selanjutnya adalah analisis Structural Equal Modeling (SEM) secara full model. Analisis hasil pengolahan data pada tahap full model SEM dilakukan dengan melakukan uji kesesuaian dan uji statistic.



Gambar 4 Analisis Full Model Structural Equation Modeling Sumber : Penelitian Mandiri

Tabel 18 Hasil Pengujian Kelayakan Full Model

Godness Of Fit Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
Chi-Square (df=165)	Kecil (< 193.70)	174.618	Baik
Probability	> 0.05	0.000	Baik
RMSEA	< 0.08	0.080	Baik
GFI	> 0.90	0.886	Marginal
AGFI	> 0.90	0.842	Marginal
CMIN/DF	< 2.00	1.664	Baik
TLI	> 0.95	1.899	Baik
CFI	> 0.95	1.921	Baik

Sumber : Penelitian Mandiri

Berdasarkan analisis yang dilakukan yang disajikan dalam table 3.18 diketahui bahwa model yang kita analisis adalah model recursive dengan jumlah sampel 105. Nilai Chi-Square = 174.618 dengan  $df = 165$  dan probabilitas 0.05. Hasil Chi-Square ini menunjukkan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesa alternatif yang menyatakan bahwa model sama dengan data empiris, dapat diterima yang berarti model adalah fit.

#### 4. KESIMPULAN

##### 4.1 Kesimpulan

Hasil analisis menunjukkan bahwa yaitu keterwujudan, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan dapat memprediksikan kualitas pelayanan dan berpengaruh positif pada tingkat kepuasan nasabah. Terdapatnya pengaruh positif tersebut menandakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterima responden maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Pengaruh positif tersebut menandakan semakin tinggi kepuasan nasabah maka dapat berdampak pada loyalitas yang tinggi, sebaliknya

semakin rendah kepuasan nasabah yang dirasan responden maka dapat mengakibatkan loyalitas menjadi rendah.

Penelitian ini berhasil memperoleh bukti empiris bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah tersebut juga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Berikut ini adalah implikasi kebijakan yang dapat dilakukan oleh Bank Mega Cabang Pembantu Kalimalang Bekasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan melihat standardized regression weight. Standardized regression weight terbesar dalam kualitas pelayanan berada pada dimensi keterwujudan pelayanan (0.64) disusul oleh dimensi kehandalan (0.59), dimensi daya

tanggap (0.56), dimensi empati (0.54) dan dimensi jaminan (0.53).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, Augusty Tae, 2000, Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategik, Research Paper Series - Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Program Magister Manajemen Universitas Indonesia.
- Hair, J. F., Jr., R. E. Anderson, R. L. Tatham & W. C. Black (1995) Multivariate Data Analysis with Readings, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

