

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Survey pada nasabah salah satu Bank Swasta di Kota Bandung)**

---

**Febtryanti Yanelka<sup>1</sup>, Imam Heryanto<sup>2</sup>, Ashila Dwiyanisa<sup>3</sup>, Imelda Megawati<sup>4</sup>**  
STIE Pasundan, Bandung<sup>1,2,3,4</sup>

E-mail: [yanelka@gmail.com](mailto:yanelka@gmail.com)<sup>1</sup>, [imam@stiepas.ac.id](mailto:imam@stiepas.ac.id)<sup>2</sup>, [ashila@stiepas.ac.id](mailto:ashila@stiepas.ac.id)<sup>3</sup>, [imelda@stiepas.ac.id](mailto:imelda@stiepas.ac.id)<sup>4</sup>

### **ABSTRACT**

*Customer satisfaction is one of the critical aspects of achieving service goals in marketing. This study aims to determine service quality and location on customer satisfaction. Researchers surveyed one of the private banks in Bandung with several respondents as many as 100 customers. The researchers used path analysis techniques to determine the magnitude of the influence of service quality and location on customer satisfaction. The study results indicate that there is a significant effect of service quality and location on customer satisfaction. Furthermore, the study results indicate that to increase the satisfaction of existing customers; it should continue to be improved so that there is no decline by paying attention to service and other aspects such as location, so this can achieve.*

*Keywords: service quality, location, customer satisfaction.*

### **ABSTRAK**

Kepuasan nasabah salah satu aspek penting dalam mencapai tujuan layanan dalam pemasaran. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan nasabah. Peneliti melakukan survey pada salah satu bank swasta di Kota Bandung dengan jumlah responden sebanyak 100 nasabah. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan nasabah maka peneliti menggunakan teknik analisis jalur. Hasil penelitian mengindikasikan terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian mengindikasikan untuk meningkatkan kepuasan nasabah yang ada saat ini sebaiknya terus ditingkatkan jangan sampai ada penurunan dengan cara memperhatikan pelayanan dan aspek lainnya seperti lokasi maka hal itu dapat dicapai.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, lokasi, kepuasan nasabah.

## PENDAHULUAN

Perbankan merupakan inti dari suatu keuangan tiap negara, bank merupakan lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi perusahaan, badan-badan pemerintahan dan swasta maupun perorangan menyimpan dananya baik melalui kegiatan perkreditan dan berbagai jasa yang dapat diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pembangunan bagi semua sektor perekonomian, sehingga senantiasa dituntut untuk memberikan kepuasan kepada nasabah.

Bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kredit baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri atau dengan uang yang diperoleh dari orang lain maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat penukaran baru dengan giral.

Salah satu bank swasta di kota Bandung atas senantiasa memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah. Namun, setelah penulis melakukan pra survey dapat diketahui bahwa dari beberapa nasabah masih ada yang mengeluhkan dan merasa tidak puas setelah datang ke kantor cabang, hal ini disebabkan karena antrian yang lama, informasi yang diberikan oleh petugas bank masih ada yang belum dipahami, dan parkir yang sempit sehingga susah untuk

memarkirkan mobil dan kadang tidak kebagian tempat parkir.



Gambar 1. Data kepuasan nasabah

Dalam menerima dan melayani nasabah sebagai konsumen dengan berbagai karakteristik, bank harus menyiapkan diri supaya senantiasa mendengarkan dan memiliki kemampuan memberikan respon terhadap setiap keinginan, harapan dan tuntutan pengguna jasa bank. Oleh karena itu, bank dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan nasabah meningkat.

Berikut ini adalah data pra survey mengenai kepuasan nasabah yang dilakukan oleh penulis kepada 20 responden yang ditunjukkan dengan tabel 1 sebagai berikut ini:

Tabel 1. Data Prasurvey Variabel Kepuasan Nasabah

NO	DIMENSI	DISTRIBUSI JAWABAN					TOTAL	Jumlah Skor	RATA-RATA Skor Dimensi	KATEGORI
		S	S	C	T	S				
		5	4	3	2	1				
1	Kesesuaian Harapan	2	5	5	8		20	61	3,05	Cukup Baik
2	Minat Berkunjung Kembali	2	1	7	8	2	20	53	2,65	Cukup Baik
3	Kesediaan Merekomendasikan	1	2	12	4	1	20	58	2,90	Cukup Baik
RATA-RATA									2,87	Cukup Baik

Sumber: Hasil Pra Survey

Berdasarkan tabel 1. tersebut dapat diketahui bahwa minat berkunjung kembali pada poin dua memiliki nilai rata-rata terendah. Hal ini dikaitkan dengan adanya tingkat ketidakpuasan dari nasabah yang datang ke kantor cabang yang enggan untuk berlama-lama antri walaupun hanya sekedar menyetorkan uang atau bahkan untuk berkonsultasi mengenai tabungan dan lainnya. Mungkin dari beberapa nasabah yang datang ingin lebih cepat selesai karena mereka pasti memiliki kepentingan lainnya. Disamping itu, nasabah juga mengeluhkan pelayanan seperti kasus penipuan, kerugian sepihak, dan yang lainnya. Tidak sedikit nasabah yang mengeluhkan karena mereka tertipu dan menyebabkan kerugian yang besar. Kasus lainnya ada nasabah yang mengalami musibah kartu ATM yang tertelan di mesin ATM, yang menyebabkan nasabah tidak dapat meluakukan transaksi mutasi yang menyangkut pekerjaannya.

Kesesuaian tingkat jasa yang diharapkan dan dirasakan oleh pelanggan ada yang sesuai harapan bahkan melebihi, dari sinilah tingkat kepuasan pelanggan tercipta. Sementara itu pelayanan oleh karyawan pun harus bisa memuaskan harapan pelanggan agar bisa kembali datang dan menjadi pelanggan loyal nantinya (Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono, 2004:101).

Tabel 2. Data Prasurvey Variabel Kualitas Pelayanan

NO	DIMENSI	DISTRIBUSI JAWABAN					TOTAL	JUM LAH SKOR	RATA-RATA SKOR DIMENSI	KATEGORI
		S	S	C	T	S				
		5	4	3	2	1				
1	<i>Tangible</i>	1	2	6	1	1	20	53	2,65	Cukup Baik
2	<i>Reliabilit y</i>	1	2	1	4	3	20	61	3,05	Cukup Baik
3	<i>Responsi veness</i>	1	2	1	3	4	20	60	3,00	Cukup Baik
4	<i>Assuranc e</i>	4	3	1	0	3	20	68	3,40	Cukup Baik
5	<i>Empathy</i>	1	2	1	5	2	20	62	3,10	Cukup Baik
RATA-RATA									3,04	Cukup Baik

Sumber: Hasil Pra Survey

Dari tabel 2 tersebut dapat diketahui bahwa bukti langsung/fisik ini memiliki nilai rata-rata terendah karena nasabah banyak mengeluhkan dari fasilitas kantor cabang seperti lahan parkir yang minim dan juga lokasi kantor cabang yang seringkali terkena macet sehingga nasabah kurang puas dengan hal ini.

Sebuah perusahaan sebisa mungkin dapat memberikan jasa yang berkualitas tinggi secara konsisten dibandingkan dengan pesaing dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Usaha jasa terbilang cukup rumit dan kompleks daripada barang yang mempunyai wujud konkrit, sehingga menyulitkan seseorang untuk mengidentifikasi dalam waktu yang singkat (Somocor, 2017; Namin, 2017; Pakurár, Haddad, Nagy, Popp & Oláh, 2019).

Data prasurvey menunjukkan untuk dimensi tempat parkir dan lalu lintas memiliki nilai rata-

rata terendah karena dari awal dilakukan prasurvey ini penulis melihat bahwa para nasabah sangat mengeluhkan dari tempat parkir yang sedikit dan akses lalu lintas yang selalu terkena macet sehingga enggan untuk mendatangi kantor cabang disini.

Pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga agar lokasi dari perusahaan tersebut dapat mudah dijangkau serta para pelanggan yang datang merasa nyaman dengan ketersediaan fasilitas yang memadai (Leon, Cavallin & Louzao, 2021).

Özkan, Süer, Keser & Kocakoç (2019) mengatakan bahwa, kualitas pelayanan juga terkait dengan loyalitas pelanggan. Dimana peneliti lainnya menyatakan pandangan bahwa kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas pelayanan yang diberikan dapat pengaruh kuat dalam niat membeli konsumen, mereka juga memberikan bukti – bukti empiris yang kuat yang mendukung fakta bahwa kualitas pelayanan meningkatkan niat pelanggan untuk tetap setia terhadap perusahaan.

Alnaser, Ghani, Rahi, Mansour & Abed (2017) salah satu kemungkinan hubungan yang banyak disepakati adalah bahwa kepuasan membantu konsumen dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa.

Menurut Ozatac, Saner & Sen (2016), menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan harus menjadi tujuan akhir dari semua perusahaan.

Dengan adanya bukti empiris mendukung pandangan ini, dengan alasan bahwa kepuasan pelanggan mengurangi proses yang bersifat positif, ditambahkan bahwa hubungan antara kepuasan pelanggan dan atribut layanan telah terbukti sulit untuk diterapkan tetapi dapat di tekankan kepada perusahaan bahwa manfaat dari kualitas pelayanan sangat bergantung kepada kepuasan konsumen.

Untuk mempertahankan eksistensinya agar kantor cabang ini bisa tetap bertahan, maka penulis merumuskan masalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi kantor cabang terhadap kepuasan nasabah dan bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi kantor cabang terhadap kepuasan nasabah.

## METODE

Berdasarkan variabel-variabel yang akan diteliti, maka metode penelitian ini adalah penelitian Deskriptif dan Verifikatif. Penelitian deskriptif atau metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah ke satu, dua dan tiga. Sedangkan Metode verifikatif yang

bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis melalui suatu perhitungan statistik sehingga dapat dihasilkan pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Metode penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

Penelitian ini dilaksanakan pada salah satu bank swasta di Kota Bandung dengan jumlah responden sebanyak 100 orang nasabah.

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2), Kepuasan Nasabah (Y).

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau timbulnya variabel dependent (terikat). Adapun yang menjadi variabel independent dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Lokasi.

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependent adalah Kepuasan nasabah.

Untuk menguji pengaruh variabel penelitian digunakan metode analisis jalur untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab akibat dan

juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel.

## HASIL dan PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data pada umumnya dimensi kualitas pelayanan berada pada kategori cukup baik dimana pada umumnya semua petugas bank memberikan informasi yang cukup untuk dipahami oleh nasabah serta memberikan pelayanan prima terhadap nasabah yang memerlukan bantuan. Hal ini bertujuan sekaligus untuk menjalin komunikasi yang baik antara nasabah dengan karyawan. Namun hal tersebut masih belum sepenuhnya berjalan dengan baik dimana masih terdapat aspek lemah lainnya seperti penyelesaian masalah yang masih berkelit-kelit sehingga belum sepenuhnya pelayanan terhadap nasabah ini berjalan dengan baik.

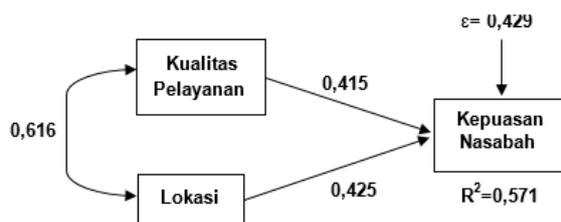
Berdasarkan dari jawaban responden dapat diketahui bahwa lokasi bank masih dikeluhkan oleh beberapa nasabah yang datang karena tidak kebagian tempat parkir dan harus memutar lagi untuk mencari tempat parkir. Kemudian letak lokasi yang berdekatan dengan *traffic light* memungkinkan setiap harinya terdapat kemacetan yang menghalangi akses keluar masuk parkir. Hal ini semestinya dapat di evaluasi oleh pihak bank karena letak lokasi

bank merupakan salah satu yang menjadi bahan perhatian lebih untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada nasabah.

Berdasarkan hasil pengolahan data dimensi kepuasan nasabah pada umumnya berada pada kategori cukup baik. Namun sesuai fakta dilapangan belum semua nasabah merasakan kepuasan setelah datang dan merasakan pengalamannya berkunjung ke kantor cabang ini.

Adapun aspek lemah lainnya yaitu dari minat berkunjung kembali nasabah yang kebanyakan diantaranya hanya melakukan kunjungan sekali saja dan enggan merekomendasikan untuk berkunjung ke kantor cabang ini karena lahan parkir yang tidak cukup luas serta sesekali antrian begitu lama sehingga dalam hal ini kepuasan nasabah belum optimal.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh besaran koefisien jalur seperti yang gambarkan berikut ini:



Gambar 2. Analisis Jalur

Diperoleh koefisien jalur dari Kualitas Pelayanan ( $py_{x_1}$ ) sebesar 0.415 dan koefisien jalur Lokasi ( $py_{x_2}$ ) sebesar 0.425. Hal tersebut digambarkan dalam persamaan jalur seperti dinyatakan di bawah ini:

$$Y = 0.415X_1 + 0.425X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Lokasi

$\varepsilon$  = Variabel Epsilon (Variabel yang tidak diteliti yang mempengaruhi kepuasan nasabah)

Pengaruh langsung (*Direct Effect*) dengan analisis jalur cepat dihitung melalui hasil pengaruh perhitungan regresi (X1, X2) kemudian dikuadratkan sedangkan pengaruh tidak langsung (*indirect Effect*) terhadap Y dapat dihitung Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah melalui Lokasi (X2) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) melalui Kualitas Pelayanan (X1).

Tabel 3. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

VARIABEL	PENGARUH LANGSUNG	PENGARUH TIDAK LANGSUNG		PENGARUH TOTAL
		X1	X2	
X1	0,172		0,109	0,281
X2	0,181	0,109		0,290
TOTAL	0,353	0,109	0,109	0,571

Berdasarkan tabel 3 di atas, terlihat bahwa variabel lokasi merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar dengan total 29%, hal ini dikarenakan dimensi - dimensi pada variabel lokasi merupakan salah satu variabel dominan yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Sedangkan variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh kedua terbesar secara keseluruhan yaitu dengan total 28,1%. Namun meskipun pengaruh variabel kualitas pelayanan tidak sebesar variabel lokasi tetapi tetap memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dapat

disimpulkan bahwa pengaruh total kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 57,1%.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data, variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh langsung sebesar 17,2%, pengaruh tidak langsung melalui hubungannya dengan lokasi (X2) sebesar 10,9%, sehingga total pengaruhnya adalah 28,1%.

Dari penelitian ini terlihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan mengarah pada sisi positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan adanya nilai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah, diharapkan manajemen perusahaan mampu mengelola pelayanan dengan baik dan berbagai sisi yang disesuaikan dengan harapan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data, variabel lokasi (X2) mempunyai pengaruh langsung sebesar 18,1%, pengaruh tidak langsung melalui hubungannya dengan kualitas pelayanan (X1) sebesar 10,9%, sehingga total pengaruhnya adalah 29%.

Dari penelitian ini terlihat bahwa lokasi berpengaruh dan mengarah pada sisi positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan adanya nilai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah, diharapkan manajemen perusahaan mampu memperhatikan berbagai sisi yang disesuaikan dengan harapan konsumen termasuk dari aspek lokasi.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dinyatakan dalam persentase menggambarkan besarnya kontribusi semua variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) dalam menentukan Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 57,1% dan besaran epsilon adalah sebesar 43,2%.

Dengan adanya nilai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah, diharapkan manajemen perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan dan memperhatikan aspek lokasi untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada para nasabah yang datang berkunjung.

Menurut Leon, Cavallin & Louzao (2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan lokasi. Secara visual digambarkan dengan pengaruh faktor-faktor sebagai berikut, dalam bisnis jasa dengan karakteristik yang tidak berwujud, bervariasi, dan tidak terpisahkan maka faktor kualitas pelayanan dan lokasi menjadi strategi yang sangat menentukan dalam persaingan.

Penelitian sebelumnya mendukung hasil penelitian ini seperti penelitian yang dilakukan oleh Pakurár, Haddad, Nagy, Popp & Oláh (2019) dan Özkan, Süer, Keser & Kocakoç (2019) yang membuktikan bahwa faktor yang memengaruhi kepuasan layanan jasa perbankan yaitu lokasi dan kualitas layanan. Kualitas pelayanan dan lokasi bisnis jasa hanya dapat

diukur melalui persepsi konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan pemberi jasa.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat diambil kesimpulan Kualitas Pelayanan pada kategori cukup baik maka Kualitas Pelayanan dinyatakan cukup baik. Lokasi berada pada kategori cukup maka Lokasi dinyatakan cukup baik. Kepuasan nasabah berada pada kategori cukup baik maka Kepuasan nasabah dinyatakan cukup baik.

Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terkuat kedua terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai besarnya pengaruh yaitu 28,1%. Lokasi memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai besarnya pengaruh yaitu 29%. Hasil perhitungan koefisien determinasi yang dinyatakan dalam persentase menggambarkan besarnya kontribusi semua variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) dalam menentukan Kepuasan Nasabah (Y) dan besarnya epsilon merupakan pengaruh lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil pembahasan maka sebaiknya mengevaluasi secara berkelanjutan tentang pelayanan yang diberikan agar sesuai dengan harapan nasabah terutama dalam hal antrian agar petugas bank lebih cepat tanggap

dalam melayani dan dapat memberikan pelayanan sampai tuntas.

Perlu lebih memerhatikan kembali akses lokasi terutama dengan lahan parkir yang tidak cukup luas untuk disiasati bagaimana agar bisa memberikan kenyamanan terhadap nasabah yang datang berkunjung. Dan juga seharusnya terdapat security yang membantu memarkirkan kendaraan.

Kepuasan nasabah yang ada saat ini sebaiknya terus ditingkatkan jangan sampai ada penurunan dengan cara memperhatikan pelayanan dan aspek lainnya seperti lokasi maka hal itu dapat dicapai. Dan juga seharusnya petugas bank memberikan informasi yang mudah dimengerti oleh nasabah.

## REFERENSI

- Alnaser, F., Ghani, M., Rahi, S., Mansour, M., & Abed, H. (2017). Determinants of customer loyalty: the role of service quality, customer satisfaction and bank image of Islamic banks in Palestine. *Int J Econ Manag Sci*, 6(461), 2-4.
- Ozatac, N., Saner, T., & Sen, Z. S. (2016). Customer satisfaction in the banking sector: the case of North Cyprus. *Procedia Economics and Finance*, 39, 870-878.
- Özkan, P., Süer, S., Keser, İ. K., & Kocakoç, İ. D. (2019). The effect of service quality and

customer satisfaction on customer loyalty:

The mediation of perceived value of services, corporate image, and corporate reputation. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 384-405.

<https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0096>

Leon, I. A., Cavallin, A., & Louzao, N. (2021).

City or beach hotel? Location as a determinant of customer satisfaction and room rate. *International Journal of Tourism Cities*, 7(2), 278-293.

<https://doi.org/10.1108/IJTC-07-2020-0142>

Namin, A. (2017). Revisiting customers' perception of service quality in fast food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 70-81.

Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability*, 11(4), 1113.

Somocor, M. (2017). Marketing mix and service quality (servqual) attributes as determinants of customer satisfaction in selected three star hotels in Davao city. *International Journal of Contemporary Applied Researches*, 4(6), 134-187.