

PREDICTOR KEPUASAN DAN LOYALITAS DIMODERASI OLEH PENGALAMAN PENANGANAN KOMPLAIN NASABAH BANK BRI DI PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

Meita Sondang Riski

Program Studi

Doktor Ilmu Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mulawarman

meitasondang@yahoo.com

Abstract : *The purpose of this study is to analysis the influence servqual, bank image on satisfaction and loyalty by handling complaints as moderating variables. In this study, analysis of data using the approach Warp Partial Least Square (PLS). PLS is a model equation Structural Equation Modeling (SEM) based components variants.*

Keywords : *servqual, bank image, handling complaints, satisfaction, loyalty.*

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penelitian ini berfokus untuk menganalisis kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BRI di Kalimantan Timur yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, citra bank yang dimoderasi oleh variabel penanganan komplain. Kepuasan dan Loyalitas nasabah menjadi penting untuk diteliti karena kedua variabel tersebut dapat meningkatkan jumlah nasabah bank dan memberikan dampak pemasukan dana pada bank. Berdasarkan hasil observasi terbuka, penelitian dilakukan dengan pertimbangan antara lain : tingginya permintaan kredit kepada bank (sekitar 90 %) yang memberikan tantangan kepada bank agar dapat menyiapkan dana tersebut. Kontribusi nasabah sangat besar yaitu menjadi penentu dalam pencapaian kepuasan dan loyalitas pada bank BRI di Kalimantan Timur. Yang berdampak pada sumber dana operasional tersebut.

Kepuasan dan loyalitas nasabah tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain : kualitas pelayanan, citra bank dan penanganan komplain. Secara umum, pelayanan beberapa bank yang ada di Indonesia cukup baik, namun beberapa kompetitor bank BRI terus mengupgrade dirinya sehingga membuat bank BRI harus terus berusaha meningkatkan kualitas perusahaannya agar dapat eksis di dunia perbankan. Kualitas pelayanan, citra bank, penanganan komplain yang paling baik akan memberikan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Predictor Kepuasan dan Loyalitas Dimoderasi Oleh Pengalaman Penanganan Komplain Nasabah Bank BRI Di Propinsi Kalimantan Timur”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- 1) Apakah pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ?

- 2) Apakah pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur berpengaruh terhadap citra bank ?
- 3) Apakah pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ?
- 4) Apakah kepuasan nasabah bank BRI di provinsi Kalimantan Timur berpengaruh terhadap citra bank ?
- 5) Apakah kepuasan nasabah bank BRI di provinsi Kalimantan Timur berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ?
- 6) Apakah citra bank BRI di provinsi Kalimantan Timur berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ?
- 7) Apakah pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur bersama dengan variabel moderasi pengalaman penanganan komplain berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap kepuasan nasabah
- 2) Mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap citra bank
- 3) Mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap loyalitas nasabah
- 4) Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan nasabah bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap citra bank
- 5) Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan nasabah bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap loyalitas nasabah
- 6) Mengetahui dan menganalisis pengaruh citra bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap loyalitas nasabah
- 7) Mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur bersama dengan variabel moderasi pengalaman penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Didit Darmawan et al. (2017) dalam jurnal yang berjudul *The Effect of Service Quality, Customer Satisfaction and Corporate Image on Customer Loyalty in the Banking Sector in*

Indonesia menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Alfin, et al. (2013) dalam jurnal yang berjudul *Effect of Service Quality and Product Quality to Corporate Image, Customer's Satisfaction and Customer's Trust* menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan sarana yang digunakan oleh konsumen untuk menilai baik buruknya citra perusahaan.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas

Penelitian Hellen Karyose et al. (2017) dalam jurnalnya yang berjudul *Customer Loyalty : The Effect of Service Quality, Corporate Image, Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction as Intervening Variable An Empirical Analysis of Bank Customers in Malang City* menyimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas.

4) Pengaruh Kepuasan terhadap Citra Perusahaan

Penelitian Erns and Young (2013) dalam jurnal yang berjudul *Global Consumer Banking* menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif kepuasan terhadap citra perusahaan.

5) Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas

Penelitian Chandra Warsito (2015) dalam jurnal yang berjudul *The Image of Financial Institution As Islamic Bank In Mediation Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Purwokerto* menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari kepuasan terhadap loyalitas.

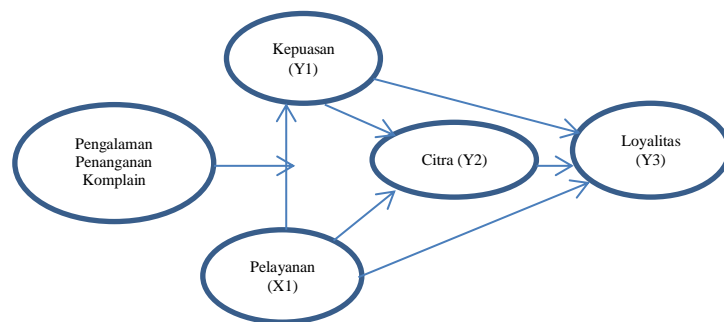
6) Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas

Penelitian Rendy Octa (2015) dalam jurnal yang berjudul *Influence of Quality of Service, Bank Reputation, Complaint Handling and Competence on Customer Satisfaction in Increasing Customer Loyalty in Boyolali Bank of Central Java Indonesia* menyimpulkan terdapat pengaruh positif dari bank reputation terhadap loyalitas nasabah.

7) Moderasi Pengalaman Penanganan Komplain Pada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

Penelitian Chikosha Felix et al. (2016) dalam jurnalnya yang berjudul *The Effectiveness of Customer Complaints Handling Systems in the Commercial Banking Sector: A Case Study of Commercial Banks in Harare* menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pengalaman penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah bank.

2.2. Kerangka Penelitian



Gambar 1 :
Kerangka Penelitian

2.3. Hipotesis

Berdasarkan kajian empiris dari kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap kepuasan nasabah
2. Terdapat pengaruh pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap citra bank
3. Terdapat pengaruh pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap loyalitas nasabah
4. Terdapat pengaruh kepuasan nasabah bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap citra bank
5. Terdapat pengaruh kepuasan nasabah bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap loyalitas nasabah
6. Terdapat pengaruh citra bank BRI di provinsi Kalimantan Timur terhadap loyalitas nasabah
- 8) Terdapat pengaruh pelayanan bank BRI di provinsi Kalimantan Timur bersama dengan variabel moderasi pengalaman penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah

III. METODE PENELITIAN

3.1. Desain Detil Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, maka penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksplanatori dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2014:13).

3.1.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI. Jumlah nasabah Bank BRI tidak dapat di publish (terbitkan) karena bersifat rahasia. Yang menjadi populasi sasaran adalah nasabah Bank BRI yang menyimpan uangnya di Bank BRI, bukan pegawai Bank BRI. Selain itu, nasabah yang termasuk dalam penelitian sudah aktif menjadi nasabah minimal selama satu tahun. Nasabah bank BRI ditentukan jumlahnya dari tujuh kabupaten dan tiga kota di Kalimantan Timur yang akan menjadi responden penelitian.

3.1.2 Sampel

Mengingat jumlah nasabah bank di Kalimantan Timur cukup besar, maka tidak mungkin peneliti mengamati secara detail seluruh anggota populasi. Oleh karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga, maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel. Dalam penelitian ini, digunakan 20 kali dari jumlah indikator yang ada yaitu sebanyak 22 indikator, sehingga jumlah sampelnya sebanyak $22 \times 20 = 440$ sampel.

3.1.3 Variabel Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian, maka penulis dalam penelitian ini mengelompokkan lima variabel penelitian, yaitu : kualitas pelayanan, citra bank, penanganan komplain, kepuasan, loyalitas. Variabel kualitas pelayanan berfungsi sebagai variabel eksogen (exogenous variable), sedangkan variabel citra bank, kepuasan sebagai variabel mediasi, variabel pengalaman penanganan komplain sebagai variabel moderasi dan variabel loyalitas berfungsi sebagai variabel endogen (endogenous variable).

3.2. Prosedur Pengumpulan Data

1). Surveyor memberikan kuesioner kepada nasabah bank Mandiri yang memenuhi kriteria persyaratan penelitian, yaitu responden bukan pegawai bank Mandiri dan aktif bertransaksi lebih dari satu tahun. Pengertian aktif selalu melakukan transaksi perbankan tiap minggu

2) Surveyor akan memandu responden dalam mengisi kuesioner agar pengisian jawaban sesuai dengan maksud pertanyaan. Setelah responden mengisi semua jawaban, maka surveyor akan mengumpulkan kembali kuesioner tersebut dan membuat tabulasi dari hasil jawaban responden

3) Jika butir pertanyaan yang tidak terjawab bersifat acak artinya tidak terpusat pada suatu nomor tertentu, maka untuk mengisi butir yang tidak terisi dengan memberi nilai rata-rata dari semua butir pertanyaan yang diisi responden

4) Jika secara umum responden mengabaikan suatu nomor tertentu, mungkin menurut responden butir pertanyaan tersebut tidak benar, sehingga yang baik adalah membuang butir pertanyaan tersebut.

3.3. Rancangan Analisis Yang Digunakan

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM). Model persamaan struktural merupakan kombinasi dari model persamaan simultan diantara variabel laten. Lima variabel yaitu : kualitas pelayanan, citra bank, pengalaman penanganan komplain, kepuasan, loyalitas, adalah variabel konstruk atau laten yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (unobserved). Penulis menggunakan model SEM ini dikarenakan jumlah sampel yang akan diteliti memenuhi syarat yaitu diatas 100 responden.

Referensi

1. Alfin, et al., 2013. Effect Of Service Quality And Product Quality To Corporate Image, Customers Satisfaction And Customers Trust. *Journal Management*.
2. Ala' Eddin Mohd Khalaf Ahmad, 2011. E- Banking Functionality And Outcomes Of Customer Satisfaction : An Empirical Investigation. *Journal Management*.
3. Abdel Fattah, 2015. The Impact Of Service Quality Dimensions On Customer Satisfaction : A Field Study Of Arab Bank In Irbid City, Jordan. *Journal Management*.

4. Adi, et al., 2009. Effect Of The Service Quality On Customers Satisfaction And Loyalty Of Premium Credit Customer PD BPR Bank Boyolali. *Journal Management*.
5. Akbar, 2009. Impact or Service Quality, Trust And Customer Satisfaction On Customer Loyalty. *Journal Management*.
6. Bitner, M.J. and Zeithaml, V.A., 2003, *Service Marketing*, Tata Mc. Graw Hill, New Delhi.
7. Belgi, et al., 2016. The Study Of The Effect of E Banking Services Quality On Customers Satisfaction And Loyalty (Case Study : Agriculture Bank Of Khuzestan Province. *Journal Management*.
8. Beigi, et al., 2016. The Study of the Effects of E-banking Services Quality on Customers' Satisfaction and Loyalty (Case Study: Agricultural Bank of Khuzestan Province). *Journal Management*.
9. Cudjoe, et al., 2015. Service Quality And Customer Satisfaction In The Ghanaian Banking (A Case Of Ghana Commercial Bank). *Journal Management*.
10. Cohran, W.G. 2005. *Teknik Penarikan Sampel*. Terjemahan. Rudiandiyah. Ed. 3. Jakarta : Penerbit UI Press.
11. Chandra Warsito, 2015. The Image Of Financial Institution As Islamic Bank In Mediation Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Purwokerto. *Journal Management*.
12. Chuan Wu, et al., 2011. Service Quality, Brand Image and Price Fairness Impact on the Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal Management*.
13. Eakuru, 2008. The Application of Structural Equation Modeling (SEM) in Determining the Antecedents of Customer Loyalty in Banks in South Thailand. *Journal Management*.
14. Fatima, et al., 2012. Service Quality, Customer Involvement And Customer Satisfaction : A Case Study Of Retail Banking In Bangladesh. *Journal Management*.
15. Griffin, Ricky W. 2005. *Manajemen* (edisi tujuh). Jakarta: Erlangga.
16. Gan, et al., 2006. A Survey Of Customer Retention In The New Zealand Banking Industry. *Journal Management*.
17. Hong, et al., 2014. Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction : A Study Of Malaysian Banking Industry. *Journal Management*.
18. Hassan, et al., 2013. Relationship Among Customers Perceived Service Quality, Satisfaction And Loyalty In The Retail Banking Sector Of Pakistan. *Journal Management*.
19. Hallouz Wafaa, 2014. A Study Of The Relationship Between Banking Service Quality And Customer Satisfaction In Algerian Public Banks. *Journal Management*.
20. H. Vasantha Kumari, 2011. Customer Perception Of Services Quality In The Retail Banking Sector. *Journal Management*.
21. Indrajaya, et al., 2015. Influence Of Quality Of Service, Bank's Reputation, Compliant Handling And Competence On Customer Satisfaction In Increasing Customer Loyalty In Boyolali Bank of Central Java Indonesia. *Journal Management*.
22. Kasmir, 2015. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Radja Grafindo Persada (Rajawali Perss), Jakarta.
23. Kotler, P. and Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.

24. Kazi Omar Siddiqi, 2011. Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *Journal Management*.
25. Lestari, et al., 2015. The Impact of Integrated Marketing Communication on Corporate Image and Its Implication to Customers Loyalty – Case Analysis at Islamic Bank in Indonesia. *Journal Management*.
26. Lee, 2015. The Dimension of Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction, Trust and Loyalty : A Case of Malaysian Banks. *Journal Management*.
27. Lovelock, CH and L. Wright (2002), *Principles of Service Marketing and Management* , 2nd ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
28. Munandar, Sunyoto. 2003. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta : UI Press.
29. Mahadzirah Mohamad, 2009. Building Corporate Image and Securing Student Loyalty in the Malaysian Higher Learning Industry. *Journal Management*.
30. Ngo Vu Minh, Nguyen Huan Huu, 2016. The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty : An Investigation In Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal Management*.
31. Nattakarn Eakuruu and Nik Kamariah Nik Mat, 2008. The Application Of Structural Equation Modeling (SEM) In Determining The Antecedents Of Customer Loyalty In Banks In South Thailand. *Journal Management*.
32. Nawawi, 1995, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, 117-118, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
33. Neuman, W, L. 2006. *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches*. Sixth Edition, Pearson International, Inc.
34. Oliver, Richard, 1980. A Cognitive Model Of The Antecedent and Consequences Of Satisfaction Decisions, *Journal Of Marketing Research*, Vol. XVII, pp460-469.
35. Oliver, Richard, 1997. *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Customer*. New York : Mc. Graw Hill.
36. Osman, et al., 2015. An Empirical Study Of Direct Relationship Of Service Quality, Customer Satisfaction And Bank Image On Customer Loyalty In Malaysian Commercial Banking Industry. *Journal Management*.
37. Parasuraman, A., VA Zeithaml, and L.L Berry (1988). “SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64, Spring, pp 12-40.
38. Pirzada, et al., 2014. Which Factors Influence the Customers Switching Behavior ? (Evidence From the Customer of Banking Sector of Pakistan). *Journal Management*.
39. Robbins & Coulter, 2009. *Manajemen*. Jakarta : Indeks.
40. Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. (2006). *Manajemen* (edisi kesepuluh). Jakarta: Erlangga.
41. Rahmat Madjid, 2013 . Customer Trust As Relationship Mediation Between Customer Satisfaction And Loyalty At Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi. *Journal Management*.
42. Rangkuti, Freddy 2011. *Riset Pemasaran*. Cetakan ke 10. Jakarta : Percetakan PT. Gramedia.
43. Rendy Octa, 2015. Influence of Quality of Service, Bank Reputation, Complaint Handling and Competence on Customer Satisfaction in Increasing Customer Loyalty in Boyolali Bank of Central Java Indonesia. *Journal Management*.
44. Stanton J, William, 2004. *Fundamental of Marketing*, Mc Graw Hill, Singapore
45. Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
46. Siew Peng Lee, 2015. The Dimension Of Service Quality And Its Impact On Customer Satisfaction, Trust And Loyalty : A Case Of Malaysian Banks. *Journal Management*.
47. Sindwani, et al., 2015. The Impact Of Technology Based Self Service Banking Dimensions On Customer Satisfaction. *Journal Management*.
48. Sanjay Chandra Roy, 2015. Customer Perception Of Banking Service Quality : A Study On Jamuna Bank Limited In Sylhet City, Bangladesh. *Journal Management*.
49. Sindwani, 2015. The Impact of Technology Based Self Service Banking Dimensions On Customer Satisfaction. *Journal Management*.
50. Tariq Saeed Mian, 2014. The Role Of Service Quality in Developing Customer Loyalty in the Banking Sector : A Case Study of the Kingdom of Saudi Arabia. *Journal Management*.
51. Tahir Jan, 2014. The impact of technology CSFs on customer satisfaction and the role of trust. *Journal Management*.
52. Van Dinh, 2012. Examining Service Quality And Customer Satisfaction In The Retail Banking Sector In Vietnam. *Journal Management*.
53. William J. & Stanton (2009). *Prinsip Pemasaran*. jilid I. Jakarta. Erlangga.
54. Waiel Alkayed, 2014. Service Quality And Customer Satisfaction In Cairo Bank in Jordan. *Journal Management*.
55. Zeithaml, Valerie A. & Mary Jo Bitner (2009). *Service Marketing*. McGraw Hill Higher education.