

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan *Merchant* Pada PT Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Area Bekasi Jatiwaringin

Oleh:

Harsi Annisa Destiana
Politeknik Negeri Jakarta
had.bedon@gmail.com

ABSTRAK

PT Bank Mandiri Tbk Kantor Area Bekasi Jatiwaringin menyediakan produk Mandiri *Electronic Data Capture* yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi pembayaran. Dengan pelayanan Mandiri *Electronic Data Capture*, nasabah dapat melakukan transaksi lebih mudah dan aman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kualitas layanan *Electronic Data Capture* di PT Bank Mandiri Tbk. Kantor Area Bekasi Jatiwaringin dengan kepuasan *merchant*. Teori yang digunakan berdasarkan pada buku Fandy Tjiptono, Philip Kotler, Kasmir, Sugiono dan beberapa jurnal. Analisa yang digunakan adalah kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan memilih 93 sampel dari *merchant* Bank Mandiri Kantor Area Bekasi Jatiwaringin dan dilanjutkan dengan pembagian kuesioner untuk diisi oleh *merchant*. Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan *Electronic Data Capture* memiliki hubungan sebesar 74% terhadap kepuasan *merchant* dan sisanya 26% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci: Dimensi kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, merchant, bank mandiri

ABSTRACT

PT Bank Mandiri Tbk Bekasi Jatiwaringin offices given Mandiri Electronic Data Capture to provide a customers convenience in payment transactions. With service given by Mandiri Electronic Data Capture, a customer can doing many transactions, more easier and safe. This research conducted to describe the relationship between Electronic Data Capture Service Quality and the satisfaction of merchant. The critical review and theory used are from the book of Fandy Tjiptono, Philip Kotler, Kasmir, Sugiono and several journals. The methodology used quantitative with collecting data by choosing 93 sample of merchant and filling the questionnaire. Meanwhile, the method of data analysis using simple linear regression analysis. The result of this research indicate that influence of Electronic Data Capture Service Quality toward a satisfaction of merchant equal 74%, while the rest of 26% is influenced by other factors.

Keywords: Dimension of services quality, Customer Satisfaction, merchant, mandiri bank

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini tuntutan dan kebutuhan masyarakat akan jasa produk perbankan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan atau kemajuan teknologi. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah. Rangsangan tersebut dapat berupa kemudahan pembukaan rekening

tabungan, bunga yang tinggi, hadiah-hadiah / souvenir, gratis biaya transfer antar rekening, jaminan keamanan atas dana yang disimpan nasabah, fasilitas ATM yang tersebar diseluruh Indonesia, nasabah dapat mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi. Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada ditangan. Keberhasilan usaha tersebut

sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memantau kepuasan yang dirasakan oleh nasabah perbankan untuk mencapai loyalitas dari para nasabah.

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Dalam menghimpun dana masyarakat, bank memberikan berbagai produknya kepada masyarakat.

PT Bank Mandiri Tbk merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang terpercaya dan memiliki jaringan yang terluas, saat ini memiliki beberapa produk unggulan yang dapat bersaing baik dari segi teknologi maupun kedekatan kepada masyarakat. Adapun salah satu produk teknologi yang paling diandalkan dan dapat menghimpun dana nasabah dengan besar dan mudah adalah Mandiri *Electronic Data Capture*. Bank Mandiri diharapkan dapat membantu *merchant* yang memiliki usaha dalam melakukan transaksi perbelanjaan dengan cara memberikan fasilitas produk *Electronic Data Capture* yang memudahkan setiap masyarakat serta memberikan keamanan tanpa perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar untuk bertransaksi.

Dari sistem pelayanan yang diberikan oleh Bank Mandiri melalui produk *Electronic Data Capture* apakah ada *merchant* yang merasa puas, sehingga loyal terhadap bank ini sehingga *merchant* menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika *merchant* puas maka yang diharapkan oleh bank adalah

perekomendasi ke rekannya yang lain untuk menggunakan produk dan layanan Bank Mandiri serta proporsi pembelanjaan layanan bank yang diharapkan melalui fasilitas produk *Electronic data Capture* tersebut *merchant* dapat meningkatkan *sales volume* penjualan sehingga mampu menghimpun dana nasabah lebih banyak lagi.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap), Tjiptono (2006:69). Kehandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan, jaminan dapat dilihat dari pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah, komunikasi yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada nasabah dan mengerti kebutuhan nasabah, sedangkan cepat tanggap kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah. Salah satu cara menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah bank dapat membedakan dirinya sendiri dengan cara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, pihak bank melakukan interaksi dengan nasabah yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELECTRONIC DATA CAPTURE TERHADAP KEPUASAN MERCHANT PADA PT. BANK**

Annisa Harsi Destiana, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap

MANDIRI TBK. KANTOR AREA BEKASI JATIWARINGIN”

Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut : “Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *Electronic Data Capture* terhadap kepuasan *merchant* pada PT Bank Mandiri Tbk. Kantor Area Bekasi Jatiwaringin?”.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *Electronic Data Capture* pada PT Bank Mandiri Tbk. Kantor Area Bekasi Jatiwaringin.
2. Untuk mengetahui kepuasan *merchant* terhadap pelayanan *Electronic Data Capture* pada PT Bank Mandiri Tbk. Kantor Area Bekasi Jatiwaringin.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan *Electronic Data Capture* pada PT Bank Mandiri Tbk. Kantor Area Bekasi Jatiwaringin terhadap kepuasan *merchant*.

Manfaat Penelitian

1. Dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi PT Bank Mandiri Tbk terutama mengenai kualitas pelayanan *Electronic Data Capture* yang baik bagi *merchant*.
2. Dapat memberikan wawasan mengenai kualitas pelayanan *Electronic Data Capture* serta pengaruhnya terhadap kepuasan *merchant* pada PT Bank Mandiri Tbk.

Kajian Teoritik

Kualitas Jasa

Kualitas jasa menurut Tjiptono (2005: 259) pada prinsipnya berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kesepuluh dimensi pelayanan dapat disederhanakan menjadi lima dimensi menurut Tjiptono (2005: 111), yaitu:

- a. *Responsiveness* (Ketanggapan), yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dari ketersediaan untuk melayani pelanggan yang baik.
- b. *Reability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijadikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. *Empathy* (Empati), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi.
- d. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.
- e. *Tangible* (Bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa juga ditentukan oleh kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa tidak mengharapkan pelanggan menggunakan jasa tersebut terlebih dahulu untuk memberikan penilaian.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan focus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kotler (2007: 177) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan

senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Sedangkan definisi kepuasan pelanggan menurut Ranguti (2004: 56) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen yaitu perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Kemudian menurut Kasmir, (2004 : 67) komponen kepuasan dalam dunia perbankan adalah:

- a. *Tangible*, merupakan bukti fisik yang harus dimiliki oleh karyawan bank, seperti gedung, perlengkapan kantor, daya tarik karyawan, sarana komunikasi dan sarana fisik lainnya. Oleh karena itu, bukti fisik ini harus menarik dan modern.
- b. *Responsivitas*, yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Akan mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Akan lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada karyawan akan memperoleh imbalan yang sesuai dengan kemampuannya.
- c. *Assurance*, adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini penting agar nasabah yakin akan transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran.
- d. *Reliabilitas*, yaitu kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta memuaskan pelanggannya. Guna mendukung hal ini maka setiap karyawan bank sebaliknya diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuannya.

e. *Empati*, yaitu mampu memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Kemudian juga mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabah secara cepat dan tepat. Dalam hal ini masalah prosedur kerja dan dihubungkan dengan tingkat pelayanan kepada nasabah.

METODE PENELITIAN

Uji Validitas

Validitas menunjukkan ukuran yang benar – benar mengukur apa yang akan diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka alat ukur tersebut semakin mengenai pada sasaran atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing – masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS. Jika nilai signifikansi (*P Value*) > 0.05, maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikansi (*P Value*) < 0.05, maka terjadi hubungan yang signifikan. Uji validitas dapat dilakukan juga dengan membandingkan *r* hitung dengan *r* tabel. Apabila *r* hitung lebih besar dari *r* tabel, maka item pernyataan valid, sedangkan apabila *r* hitung lebih kecil dari *r* tabel, maka item pernyataan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dalam waktu ke waktu, Ghazali (2010:34). Untuk mencari nilai reliabilitas dari butir kuesioner yang diterima, dipergunakan rumus *Alpha-Cronbach*.

Dalam penelitian ini misalnya variabel hubungan kerja diukur dalam tiga

pertanyaan berupa satu pertanyaan tiap indikator. Jawaban responden dikatakan *reliable* jika masing – masing pertanyaan dijawab secara konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* yang $> 0,60$ menunjukkan kehandalan instrument (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisiensi *Alpha Cronbach* yang $< 0,60$ menunjukkan kurang handalnya instrument (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda). Selain itu, *Alpha Cronbach* yang mendekati 1 (satu) menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Uji Statistik t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_1) sama dengan nol, atau $H_0 : = \beta_1$, yang artinya adalah apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a), parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau $H_0 : \neq \beta_1$ yang artinya adalah variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependan.

Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

- a. Jika signifikansi t hitung $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima.

- b. Jika signifikansi t hitung $< 0,05$ atau t hitung $> t$ table, maka H_0 ditolak.

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R_2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R_2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel – variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel – variabel dependen.

Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel indenpenden dengan satu variabel dependen, Sugiyono (2012:270). Persamaan umum regresi sederhana dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan,
 a = Angka konstan koefisien regresi.
 b = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b(+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai penilaian pengaruh kualitas pelayanan produk *Electronic Data Capture* terhadap kepuasan *merchant* pada PT Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Area Bekasi Jatiwaringin melalui kuesioner akan disajikan dalam bentuk tabel yang berisi

jumlah jawaban responden dan persentasenya terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner.

Indikator yang Mempengaruhi Variabel X (Kualitas Pelayanan) dan Variabel Y (Kepuasan Merchant)

Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan (X)	Kehandalan Dalam Melayani (<i>Reliability</i>)
	Sikap Tanggap Dan Peduli (<i>Responsiveness</i>)
	Jaminan Kepastian (<i>Assurance</i>)
	Memahami Kebutuhan Nasabah (<i>Emphaty</i>)
	Keadaan Fisik/Berwujud (<i>Tangibles</i>)
Kepuasan Merchant (Y)	Kepuasan terhadap Kehandalan Dalam Melayani (<i>Reliability</i>)
	Kepuasan terhadap Sikap Tanggap dan Peduli (<i>Responsiveness</i>)
	Kepuasan terhadap Jaminan Kepastian (<i>Assurance</i>)
	Kepuasan terhadap Memahami Kebutuhan Nasabah (<i>Emphaty</i>)
	Kepuasan terhadap Keadaan Fisik/Berwujud (<i>Tangibles</i>)

Sumber : Data primer dan sekunder yang diolah (2014)

Uji Kuantitas Data Pengaruh Kualitas Pelayanan Electronic Data Capture Terhadap Kepuasan Merchant Pada PT Bank Mandiri (persero) tbk. Kantor Area Bekasi Jatiwaringin.

Uji kuantitas data ini dimaksudkan untuk mengungkapkan pengaruh antara variabel terkait dengan variabel bebas, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang mengarah pada tujuan penelitian yang diharapkan oleh peneliti.

Uji Validitas

Diketahui $df = N-2$. Responden yang digunakan untuk uji validitas adalah sebanyak 93 orang dengan besaran r tabel 0,204 dengan tingkat signifikansi 5%. Setiap indikator yang nilai r hitung lebih kecil dibandingkan 0,204 maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid, sebaliknya apabila nilai r hitung suatu indikator lebih besar dari 0,204 indikator tersebut dinyatakan valid. Berikut adalah penjelasan untuk masing-masing indikator penelitian:

Ho Bila nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pernyataan valid

H1 Bila nilai r hitung $<$ r tabel, maka item pernyataan tidak valid

Berikut adalah Tabel yang menampilkan jumlah responden dalam uji kuantitas :

Pada analisis ini terdapat 93 orang atau semua subjek ikut dianalisis tanpa ada yang tertinggal (100%). Selanjutnya adalah dilakukan analisis validitas kuesioner. Hasil analisis validitas kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.5 yang terdapat pada lampiran 2. Dari data tersebut dapat disimpulkan analisis validitas dari kuesioner yang diuji kepada responden. Berikut ini adalah tabel 4.6 berupa ringkasan analisis validitas kuesioner :

Tabel 4.6
Hasil R Tabel 93 Sampel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Merchant

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	Q1	0,250	0,204	Valid
	Q2	0,225		Valid
	Q3	0,270		Valid
	Q4	0,420		Valid
	Q5	0,464		Valid
	Q6	0,532		Valid
	Q7	0,332		Valid
	Q8	0,428		Valid
	Q9	0,497		Valid
	Q10	0,504		Valid
	Q11	0,552		Valid
	Q12	0,320		Valid
	Q13	0,445		Valid
	Q14	0,305		Valid
	Q15	0,535		Valid
Kepuasan Merchant	Q16	0,325	Valid	
	Q17	0,222	Valid	

(Y)	Q18	0,431	Valid
	Q19	0,320	Valid
	Q20	0,464	Valid
	Q21	0,532	Valid
	Q22	0,332	Valid
	Q23	0,428	Valid
	Q24	0,497	Valid
	Q25	0,504	Valid
	Q26	0,552	Valid
	Q27	0,320	Valid
	Q28	0,445	Valid
	Q29	0,305	Valid
	Q30	0,535	Valid

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan program SPSS 20 for windows

Pada tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung (lampiran 4) untuk setiap butir pernyataan lebih besar dari r tabel 0,204. Nilai r tabel 0,204 digunakan untuk menyatakan bahwa pernyataan valid atau tidak valid. Selanjutnya r tabel tersebut dibandingkan dengan angka – angka r hitung/ *Corrected Item- Total Correlation*. Bila angka korelasi yang terdapat pada *Corrected Item- Total Correlation* berada di bawah 0,204, maka dinyatakan tidak valid. Sebaliknya bila angka korelasinya di atas 0,204 maka dinyatakan valid. Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan valid atau H_0 diterima.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat dipakai untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel. Suatu variabel dikatakan handal apabila nilai *croanbach alpha* (α) lebih besar dari 0,6, namun apabila nilai *croanbach alpha* (α) lebih kecil dari 0,6 maka kuesioner dianggap kurang handal sehingga apabila dilakukan penelitian ulang terhadap variabel-variabel tersebut pada waktu yang berbeda, maka kesimpulannya akan berbeda juga.

Pengujian validitas item dalam SPSS dalam penelitian ini menggunakan metode analisis *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana item yang masuk pengujian adalah

item yang valid saja. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah dengan mengukur nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* setiap butir pernyataan pada tabel 4.5 (Lampiran 2). Tabel uji reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistic

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,78	30

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan program SPSS 20 for windows, 2014

Dari hasil analisis di atas dapat dilihat bahwa nilai Alpha sebesar 0,78 dengan 30 butir pernyataan. Reliabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,60-0,80 dapat diterima dan lebih dari 0,80 adalah baik. Pada tabel 4.5 yang terdapat pada lampiran 2 menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan mempunyai *koefisien Alpha* sebesar 0,78 sehingga dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrument kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini reliable dan handal.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam model regresi untuk menguji apakah data yang dihasilkan terdistribusi dengan secara normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau mendekati normal dilakukan dengan *Regression Standarized Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas 1 Sampel Kolmogorov Smirnov

		Kualitas	Kepuasan
N		93.000	93.000
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	64.527	51.8235
	Std. Deviation	2.088	5.44701
	Most Extreme Differences		
	Absolute	0.138	0.085
	Positive	0.100	0.062
	Negative	-0.138	-0.085
Kolmogorov-Smirnov Z		1.304	1.331
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.067	0.058

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variable kualitas pelayanan sebesar 0,067 dan variable kepuasan *merchant* sebesar 0,058. Nilai signifikansi seluruh variabel lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data terdistribusi normal.

Pengujian Hipotesis

Analisis Korelasi Sederhana

Koefisien korelasi untuk menunjukan tingkat hubungan antar variabel penelitian dapat diketahui dari tabel hasil analisa korelasi sederhana sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Analisis Korelasi Sederhana

		PELAYANAN	KEPUASAN
PELAYANAN	Pearson Correlation	1	0.864
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	93	93
KEPUASAN	Pearson Correlation	0.864	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	93	93

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan program *SPSS 20 for windows*, 2014

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi (r hitung) atas hubungan Y dan X sebesar 0,864 yang berarti bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan *merchant*. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena R bernilai positif, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan semakin meningkat pula kepuasan *merchant*.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi dilakukan untuk mengukur hubungan secara linear antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan *Merchant* (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil perhitungan regresi sederhana dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana dan Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.929	3.212		3.714	0.000
PELAYANAN	0.815	0.050	0.864	16.386	0.000

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan program *SPSS 20 for windows*, 2014

Berdasarkan hasil analisis data seperti yang telah disajikan pada tabel diatas, persamaan regresi yang didapatkan adalah :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,929 + 0,815 X$$

Nilai 11,929 merupakan nilai konstanta (a) yang menunjukan bahwa jika tidak ada kenaikan kualitas pelayanan, kepuasan akan mencapai 11,929. Sedangkan nilai koefisien regresi variable kualitas pelayanan (X) sebesar 0,815 menunjukkan bahwa jika ada penambahan 1 (satu) nilai faktor kualitas pelayanan, maka akan ada kenaikan faktor kepuasan sebesar 0,815.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan *Merchant*). Berikut akan dijelaskan pengujian variabel tersebut :

Ho : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Merchant

Ha : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Merchant

Berdasarkan tabel 4.12 nilai t variabel X adalah 16,386 yaitu lebih besar dari nilai t tabel (1,662), sehingga Ha diterima. Dengan kata lain ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan *Merchant*.

Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan *merchant* dapat diketahui melalui koefisien determinasi yaitu:

Tabel 4.13
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	0.747	0.744	1.056

Pada tabel terlihat bahwa nilai R= 0.864 dan koefisien determinasi R² (R Square) = 0,747. Jadi, nilai koefisiensi determinasi adalah 0,747 X 100% = 74%, yang berarti bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan *Merchant* sebesar 74% dan berpengaruh kuat (berdasarkan tabel 3.5), sedangkan sisanya sebesar 26% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji pada penelitian ini.

Adapun peneliti mengambil kesimpulan bahwa faktor lain sebesar 26% yang dapat mempengaruhi kepuasan *merchant* terhadap pelayanan *electronic data capture* Bank Mandiri diantaranya adalah:

- Tenggang waktu penanganan penyelesaian masalah di kantor pusat

Bank Mandiri yang dirasa lama, yaitu 14 (empat belas) hari kerja.

- Program kerja sama promosi marketing antara *merchant* dengan Bank Mandiri yang dirasa masih kurang.
- Pemberian *gift* atau hadiah kepada *merchant*.

Hal tersebut peneliti dapatkan dari beberapa keluhan yang disampaikan oleh *merchant* ketika penyebaran kuesioner.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab IV dapat diketahui pengaruh kualitas pelayanan EDC terhadap kepuasan *merchant* pada PT Bank Mandiri Persero Tbk. Kantor Area Bekasi Jatiwaringin. Kesimpulan dari hasil uji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Hasil rekapitulasi data kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi bahwa kualitas pelayanan *Electronic Data Capture* pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kantor Area Bekasi Jatiwaringin dari indikator kehandalan dalam melayani (*reliability*), sikap tanggap dan peduli (*responsiveness*), jaminan kepastian (*assurance*), memahami kebutuhan nasabah (*emphaty*) dan keadaan fisik/berwujud (*tangibles*) adalah baik. Adapun dari kelima indikator tersebut apabila diurutkan akan terlihat nilai yang paling dominan dalam kualitas pelayanan yaitu indikator memahami kebutuhan nasabah (*emphaty*), jaminan kepastian (*assurance*), kehandalan dalam melayani (*reliability*), sikap tanggap dan peduli (*responsiveness*) dan keadaan fisik/berwujud (*tangibles*).
- Hasil rekapitulasi data kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan merasa puas terhadap kualitas pelayanan EDC PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kantor Area Bekasi Jatiwaringin dari indikator

kepuasan dalam kehandalan pelayanan (*reliability*), kepuasan dalam sikap tanggap dan kepedulian (*responsiveness*), kepuasan dalam jaminan kepastian (*assurance*), kepuasan dalam memahami kebutuhan nasabah (*emphaty*), dan kepuasan terhadap keadaan fisik/berwujud (*tangibles*).

Adapun dari kelima indikator kepuasan yang diuji, dapat terlihat bahwa besarnya persentase jawaban responden yang paling dominan yaitu pada kepuasan dalam sikap tanggap dan kepedulian (*responsiveness*).

- c. Hasil analisis penelitian yang diadakan terhadap *merchant* Bank Mandiri Kantor Area Bekasi Jatiwaringin maka diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan *Electronic Data Capture* dengan Kepuasan *merchant*. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji analisis regresi linier sederhana yang diperoleh persamaan perhitungan $Y = 11,929 + 0,815 X$.

Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan *merchant* adalah kuat yaitu sebesar 0,864, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan *merchant* adalah signifikan, hal ini ditunjukkan dari hasil uji signifikansi (uji t) yakni didapat t hitung sebesar 16,386 dan signifikan (ρ) sebesar 0,000.

Pada hasil koefisien determinasi menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan *merchant* sebesar 74% dan berpengaruh kuat, sedangkan sisanya sebesar 26% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji pada penelitian ini diantaranya adalah tenggang waktu penanganan penyelesaian masalah di kantor pusat Bank Mandiri, program kerja sama promosi marketing antara *merchant* dengan Bank Mandiri dan pemberian *gift* atau hadiah kepada *merchant*.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan yang telah dibuat, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- Saat ini pelayanan EDC PT Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Area Bekasi Jatiwaringin sudah cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat kepuasan *merchant* EDC, tetapi akan lebih baik jika dilakukan peningkatan pelayanan agar kepuasan semakin bertambah, diantaranya dengan menjaga hubungan baik dengan *merchant*. Dengan begitu pihak bank akan lebih memahami kembali apa saja yang dibutuhkan oleh *merchant*, begitupula sebaliknya *merchant* akan merasa sangat diperhatikan oleh pihak Bank Mandiri sehingga menjadi loyal.
- PT Bank Mandiri Persero Tbk kantor Area Bekasi Jatiwaringin sebaiknya sering melakukan koordinasi dengan kantor pusat dalam penyelesaian permasalahan yang ada mengenai EDC. Hal-hal di lapangan yang sekiranya dijadikan temuan oleh pegawai Bank Mandiri Area Bekasi Jatiwaringin yang berkaitan dengan EDC sebaiknya selalu dijadikan bahan saran dan kritikan untuk pelayanan yang lebih baik sehingga keluhan yang timbul dari *merchant* akan berkurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. 2005. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media

- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Lupiyoadi, Rambat & A Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- PT Bank Mandiri Persero Tbk Kanwil IV Jakarta-Thamrin, Merchant Business. 2014. *Electronic Capture*.
- PT Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Area Bekasi Jatiwaringin, Business Development Officer. 2014. *Electronic Data Capture*.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management*. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Usman. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Amara Books. Yogyakarta.
- www.rumushitung.com diakses pada 5 Juli 2014
- www.bankmandiri.co.id diakses pada 14 Maret 2014
- SKRIPSI:
Yanti, Dewi. 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan BRItama Pada PT Bank BRI (Persero) Cabang A.Yani Makassar*. Tidak dipublikasikan.

