

Pengaruh *Service Excellence*, *Service Quality*, dan *Brand Equity* Terhadap Kepuasan Nasabah

Manajemen

Andri Kurniawan ^{1*}, Setyowati Subroto ²

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal

*Email: andrikurniawan@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 01-11-2024

Revision: 17-11-2024

Published: 17-11-2024

DOI Article:

10.24905/konsentrasi.v4i2.61

A B S T R A K

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan nasabah, Untuk menguji pengaruh *service equity* terhadap kepuasan nasabah. Untuk menguji pengaruh *brand equity* terhadap kepuasan nasabah, Untuk menguji pengaruh *service excellence*, *service quality* dan *brand equity* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi *rank spearman*, uji signifikansi korelasi *rank spearman*, analisis korelasi berganda, uji signifikansi korelasi berganda, dan Analisis Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang kuat *service excellence* terhadap kepuasan nasabah. Terdapat pengaruh yang kuat *service quality* terhadap kepuasan nasabah. Terdapat pengaruh yang kuat *brand equity* terhadap kepuasan nasabah. Terdapat pengaruh yang sangat kuat *service excellence*, *service quality* dan *brand equity* terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *Intellectual Capital*, Kinerja Perusahaan, Kebijakan Dividen, *Return Saham*, Nilai Perusahaan

A B S T R A C T

The purpose of this study is to test the effect of service excellence on customer satisfaction, To test the effect of service equity on customer satisfaction. To test the effect of brand equity on customer satisfaction, To test the effect of service excellence, service quality and brand equity together on customer satisfaction. The research method used in this study is the survey method. While the data analysis methods used are Spearman rank correlation analysis, Spearman rank correlation significance test, multiple correlation analysis, multiple correlation significance test, and Determination Coefficient Analysis. The results of this study are that there is a strong effect of service excellence on customer satisfaction. There is a strong effect of service quality on customer satisfaction. There is a strong effect of brand equity on

Acknowledgment

customer satisfaction. There is a very strong effect of service excellence, service quality and brand equity on customer satisfaction.

Key word: *Service Excellence, Service Quality, Brand Equity, Customer Satisfaction*

©2024 Published by Konsentrasi. Selection and/or peer-review under responsibility of Konsentrasi

PENDAHULUAN

Suatu bank dapat diterima oleh nasabah harus mampu membuat nasabah percaya dan merasa puas dengan pelayanan bank tersebut. Tantangan seperti ini menghadapkan para pelaku pelayanan perbankan baik pihak pemerintah maupun swasta pada dua pilihan, yaitu masuk dalam arena kompetisi dengan melakukan perubahan dan perbaikan atau keluar arena kompetisi tanpa dibebani perubahan dan perbaikan. Oleh karena itu diperlukan alternatif strategi bersaing yang tepat agar perusahaan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Untuk mencapai hal itu pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pelanggan karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran.

Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan pelayanan yang unggul seperti pelayanan prima, kualitas pelayanan dan ekuitas merek untuk mencapai suatu kepuasan bagi para nasabahnya. Kualitas pelayanan dan pelayanan prima menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi konsumen, melalui pelayanan seorang konsumen dapat memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha mencipkakan kepuasan konsumen. Nasabah tentunya menginginkan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan, dengan demikian kualitas pelayanan dan pelayanan prima tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Selain itu, pihak bank juga memperhatikan ekuitas merek. Menurut Durianto dkk, (2004:1) “Merek memegang peranan yang sangat penting, salah satunya adalah menjembatani harapan konsumen pada saat perusahaan menjanjikan sesuatu kepada konsumen”. Merek merupakan aset terpenting dari sebuah perusahaan sekaligus menjadi identitas bagi perusahaan tersebut dan menjadi alat untuk promosi sehingga produk atau jasa dengan merek tertentu akan cenderung meraih popularitas di masyarakat.

Dari ke tiga faktor pelayanan prima, kualitas pelayanan dan ekuitas merek maka akan menghasilkan kepuasan nasabah. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2006:177) mengemukakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan”. Oleh karena itu, upaya kalangan perbankan untuk memperoleh kepuasan nasabah diwarnai oleh fenomena persaingan yang makin ketat dalam era kedaulatan konsumen ini.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa keuangan. Dalam melakukan kegiatan perbankan khususnya pelayanan jasa, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I memperhatikan beberapa aspek dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Diantaranya memperhatikan aspek pelayanan prima, kualitas pelayanan dan ekuitas merek. Hal ini akan memberikan peran positif berupa kepuasan kepada nasabahnya agar pengguna jasa keuangan selalu menggunakan jasa keuangan yang ditawarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah aktif PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang 1 Tahun 2018 dengan jumlah 1.107 nasabah. Sampel yang di gunakan adalah sebanyak 100 responden dengan membagikan kuesioner secara langsung dan menggunakan pendapat Slovin. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi rank spearman, uji signifikansi korelasi rank spearman, analisis korelasi berganda, uji signifikansi korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

Hipotesis

H₁: Diduga Service Excellence berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

H₂: Diduga Service Quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

H₃: Diduga Brand Equity berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

H₄: Diduga Service Excellence, Service Quality, dan Brand Equity secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

HASIL**Tabel 1. Uji Hipotesis 1**

		service excelent	kepuasan nasabah
Spearman's rho	service excelent	correlation coefficient	1.000
		sig. 2 tailed	0.000
		N	100
	kepuasan nasabah	correlations coefficient	0.630**
		sig. 2 tailed	0.000
		N	100

Dari hasil pengujian hipotesis pertama dengan menggunakan analisis korelasi rank spearman di atas dapat diketahui hasil perhitungan korelasi variabel service excellence terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I diperoleh hasil berupa angka koefisien korelasi sebesar 0,630. Nilai korelasi sebesar 0,630 tersebut lalu dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r berada pada interval 0,600 – 0,799. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh service excellence terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I tergolong kuat.

Tabel 2. Uji Hipotesis 2

		service excelent	kepuasan nasabah
Spearman's rho	service quality	correlation coefficient	1.000
		sig. 2 tailed	0.000
		N	100
	kepuasan nasabah	correlations coefficient	0.620**
		sig. 2 tailed	0.000
		N	100

Dari hasil pengujian hipotesis kedua dengan menggunakan analisis korelasi rank spearman di atas dapat diketahui hasil perhitungan korelasi variabel service quality terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I diperoleh hasil berupa angka koefisien korelasi sebesar 0,620. Nilai korelasi sebesar 0,620 tersebut lalu dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r berada pada interval 0,600 – 0,799. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh service quality terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I tergolong kuat.

Tabel 3. Uji Hipotesis 3

		brend quality	kepuasan nasabah
Spearman's rho	brend quality	correlation coefficient	1.000
			0.612**

	sig. 2 tailed		0.000
	N	100	100
kepuasan nasabah	correlations coefficient	0.612**	1.000
	sig. 2 tailed	0.000	
	N	100	100

Dari hasil pengujian hipotesis ketiga dengan menggunakan analisis korelasi rank spearman di atas dapat diketahui hasil perhitungan korelasi variabel brand equity terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I diperoleh hasil berupa angka koefisien korelasi sebesar 0,612. Nilai korelasi sebesar 0,612 tersebut lalu dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r berada pada interval 0,600 – 0,799. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh brand equity terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I tergolong kuat.

Tabel 4. Uji Hipotesis 4

		brend quality	kepuasan nasabah
Spearman's rho	brend quality	correlation coefficient	1.000
		sig. 2 tailed	0.000
		N	100
	kepuasan nasabah	correlations coefficient	0.612**
		sig. 2 tailed	0.000
		N	100

Dari hasil pengujian hipotesis keempat dengan menggunakan analisis korelasi rank spearman di atas dapat diketahui hasil perhitungan korelasi variabel brand equity terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I diperoleh hasil berupa angka koefisien korelasi sebesar 0,612. Nilai korelasi sebesar 0,612 tersebut lalu dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r berada pada interval 0,600 – 0,799. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh brand equity terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I tergolong kuat.

SIMPULAN

Dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat service excellence terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I. Hal tersebut dibuktikan dari hasil perhitungan analisis korelasi rank spearman variabel service excellence terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai korelasi sebesar 0,630 dengan nilai sig. $0,000 < \text{nilai } \alpha$ sebesar 0,05. Terdapat pengaruh yang kuat service quality terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia

(Persero) Tbk. Unit Jatibarang I. Hal tersebut dibuktikan dari hasil perhitungan analisis korelasi rank spearman variabel service quality terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai korelasi sebesar 0,620 dengan nilai sig. $0,000 < \text{nilai } \alpha$ sebesar 0,05. Terdapat pengaruh yang kuat brand equity terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I. Hal tersebut dibuktikan dari hasil perhitungan analisis korelasi rank spearman variabel brand equity terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai korelasi sebesar 0,612 dengan nilai sig. $0,000 < \text{nilai } \alpha$ sebesar 0,05. Terdapat pengaruh yang sangat kuat service excellence, service quality dan brand equity terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Jatibarang I. Hal tersebut dibuktikan dari hasil perhitungan analisis korelasi berganda variabel service excellence, service quality dan brand equity terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai korelasi sebesar 0,834 dengan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ($73,302 > 2,70$).

DAFTAR PUSTAKA

- Habibi, B. (2015). Pengaruh kompetensi manajerial kepala sekolah dan motivasi kerja guru terhadap profesionalisme guru SMK Bismen di Kota Tegal. *Dinamika Pendidikan Unnes*, 10(2), 627-66. <https://dx.doi.org/10.15294/dp.v10i2.5104>
- Habibi, B. (2015). The Influence of principal managerial competence and work motivation on teacher professionalism of vocational high schools. *Dinamika Pendidikan*, 10(2), 119-124. <https://doi.org/10.15294/dp.v10i2.5104>
- Hanfan, A. (2021). Product configuration capability for improving marketing performance of small and medium metal industry in central java-indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 138-147. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.2.138-147>
- Hanfan, A., Hapsari, I. M., Setiawan, A. I., & Nupus, H. (2023). Building Religious Product Advantage to Increase Marketing Performance of Micro, Small and Medium Halal Industry in Central Java-Indonesia. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 14(2), 191-204.
- Indriasih, D. (2017). Penentuan Profitabilitas Koperasi Melalui Efisiensi Modal Kerja dan Efektivitas Pengendalian Biaya. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 1(1). <https://doi.org/10.33603/jka.v1i1.508>
- Indriasih, D., & Sulistyowati, W. A. (2021). The role of ethical orientation and moral intensity in improving ethical decision of an auditor. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 13(2), 185-196. <https://doi.org/10.17509/jaset.v13i2.38962>
- Indriasih, D., & Sulistyowati, W. A. (2022). The Role of Commitment, Competence, Internal Control system, Transparency and Accessibility in Predicting the Accountability of

Village Fund Management. *The Indonesian Accounting Review*, 12(1), 73–85.
<https://doi.org/10.14414/tiar.v12i1.2650>

- Indriasih, D., Mulyantini, S., Fajri, A., & Rimbawan, T. (2023). Bridging the gender gap: women in fisheries industry policy on the North Coast of West Java, indonesia. *Otoritas: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 13(3), 390-405.
<https://doi.org/10.26618/ojip.v13i3.12872>
- Isnani, I., Utami, W. B., Susongko, P., & Lestiani, H. T. (2019). Estimation of college students' ability on real analysis course using Rasch model. *REiD (Research and Evaluation in Education)*, 5(2), 95-102. <https://doi.org/10.21831/reid.v5i2.20924>
- Kusnadi, Prabandari, S., Syarifudin, & Suyono. (2022). Potential of maggot and earthworm meals as protein sources for the growth of Nile tilapia (*Oreochromis niloticus*).
- Mariyono, J., Abdurrachman, H., Suswati, E., Susilawati, A. D., Sujarwo, M., Waskito, J., ... & Zainudin, A. (2020). Rural modernisation through intensive vegetable farming agribusiness in Indonesia. *Rural Society*, 29(2), 116-133.
<https://doi.org/10.1080/10371656.2020.1787621>
- Mariyono, J., Gunistiyo, Waskito, J., Sumarno, Nurwildani, M. F., & Kuntariningsih, A. (2019). Role of Microcredit and Technology Adoption in Sustaining Farmers' Welfare. *Journal of Rural Development*, 38(1), 102–122.
<https://doi.org/10.25175/jrd/2019/v38/i1/115094>
- Mariyono, J., Santoso, S. I., Waskito, J., & Utomo, A. A. S. (2021). Usage of mobile phones to support management of agribusiness activities in Indonesia. *Aslib Journal of Information Management*, 74(1), 110-134. <https://doi.org/10.1108/AJIM-02-2021-0053>
- Mariyono, J., Waskito, J., Suwandi, Tabrani, Kuntariningsih, A., Latifah, E., & Suswati, E. (2021). Farmer field school: Non-formal education to enhance livelihoods of Indonesian farmer communities. *Community Development*, 52(2), 153-168.
<https://doi.org/10.1080/15575330.2020.1852436>
- Mariyono, J., Waskito, J., Kuntariningsih, A., Gunistiyo, G. and Sumarno, S. (2020), "Distribution channels of vegetable industry in Indonesia: impact on business performance", *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 69 No. 5, pp. 963-987. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-11-2018-0382>
- Najhah, D., & Amin, M. A. N. (2024). Pengaruh Non Performing Loan, BOPO dan Firm Size Terhadap Profitabilitas. *Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 80-95.
<https://doi.org/10.24905/konsentrasi.v4i2.56>
- Nik Sin, N. N., Mustafa, S., Suyono, & Shapawi, R. (2021). Efficient utilization of poultry by-product meal-based diets when fed to giant freshwater prawn, *Macrobrachium*

- rosenbergii. *Journal of Applied Aquaculture*, 33(1), 53-72. <https://doi.org/10.1080/10454438.2019.1709599>
- Rahmatika, D. N., Hamzani, A. I., Aravik, H., & Yunus, N. R. (2020). Sight Beyond Sight: Foreseeing Fraudulent Financial Reporting through the Perspective of Islamic Legal Ethics. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 12(2).
- Rapina, R., Meythi, M., Rahmatika, D. N., & Mardiana, M. (2023). The impact of financial literacy and financial behavior in entrepreneurial motivation—evidence from Indonesia. *Cogent Education*, 10(2), 2282827. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2282827>
- Sari, S. Y., & Rahmatika, D. N. (2017). Determinan Penerimaan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Property Dan Real Estate. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 1(1).
- Setiawan, A. I., & Hanfan, A. (2017). ELABORATING THE ROLE OF NETWORK SYNERGY CAPACITY AS A SUPPLIER'S ALTERNATIVE TERMINAL FOR ACHIEVING MARKETING PERFORMANCE. *International Journal of Business and Society*, 18(2). <https://doi.org/10.33736/ijbs.481.2017>
- Susongko, P. (2016). Validation of science achievement test with the rasch model. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 5(2), 268-277. <https://doi.org/10.15294/jpii.v5i2.7690>
- Susongko, P. ., Yuenyong, C. ., & Zainudin, A. . (2022). Buddhist critical thinking assessment using Rasch model. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 43(2), 285–292. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/258485>
- Susongko, P. U. R. W. O., Arfiani, Y., & Kusuma, M. (2021). Determination of Gender Differential Item Functioning in Tegal Students' Scientific Literacy Skills with Integrated Science (SLiSIS) Test Using Rasch Model. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 10(2), 270-281. <https://doi.org/10.15294/jpii.v10i2.26775>
- Susongko, P., & Afrizal, T. (2018). The determinant factors analysis of Indonesian students' environmental awareness in PISA 2015. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 7(4), 407-419. <https://doi.org/10.15294/jpii.v7i4.10684>
- Susongko, P., & Fatkhurrahman, M. A. (2017). DETERMINANTS FACTORS ANALYSIS OF INDONESIAN STUDENTS' PHYSICS ACHIEVEMENT IN TIMSS 2011. *Jurnal Pendidikan Fisika Indonesia*, 13(1), 49-58. <https://doi.org/10.15294/jpfi.v13i1.8641>
- Susongko, P., Bhandari, R., Kusuma, M., Arfiani, Y., & Pratama, D. (2024). Community Critical Thinking Skills Framework: A Literature Review Study. *Journal of Innovation in Educational and Cultural Research*, 5(1), 35-42. <https://doi.org/10.46843/jiecr.v5i1.978>
- Susongko, P., Kusuma, M., & Widiatmo, H. (2019). Using rasch model to detect differential person functioning and cheating behavior in natural sciences learning achievement test.

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 5, No. 1, December 2024, p. 12-20

Jurnal Penelitian dan Pembelajaran IPA, 5(2), 94-111.
<http://dx.doi.org/10.30870/jppi.v5i2.5945>

Suwandi, S., Waskito, J., & Rahmatika, D. N. (2022). Public company CSR management based on local wisdom towards sustainable development. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(3), 873-880. <https://doi.org/10.29210/020221666>

Wasito, J., Indriasih, D., & Fajri, A. (2018). Model Manajemen Risiko Saham dengan Pendekatan Risiko Sistematis dan Risiko Tidak Sistematis. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 2(2), 195–209. <https://doi.org/10.33603/jka.v2i2.1661>