
Pengaruh Kualitas Layanan dan *Word Of Mouth* terhadap Kepuasan Nasabah di BPR Nusumma Kediri

Sanitza Nindya Arizona¹, Miftahul Munir²

¹Sanitza Nindya Arizona, UNISKA Kediri, sanitza.nindyaarizona@gmail.com

²Miftahul Munir, UNISKA Kediri, kopipait19@gmail.com

Abstract

In the era of globalization, business competition is becoming increasingly sharp, both in the domestic (national) market and in the international market. Companies need a strategy to face competition which is currently getting tougher. Service quality has tangible indicators, reliability, responsiveness, assurance, empathy. Word of mouth has indicators of talking about, promoting and recommending. These factors have a relationship to influence customer satisfaction. This research is descriptive quantitative research which aims to produce findings obtained through statistical procedures. The sample in this study used a simple random sampling method with a total of 110 customers as respondents. The data in this research was obtained through observations, interviews and questionnaires. From the results of the analysis that has been carried out. The research results show that service quality and word of mouth influence customer satisfaction at BPR Nusumma Kediri. This is proven by the results of the R Square value of 0.431 or 43.1% while the remaining 56.9% is influenced by other variables

Keywords: *Kualitas Layanan, Word Of Mouth, Kepuasan Nasabah.*

Abstrak

Era globalisasi persaingan bisnis menjadi semakin sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional. Perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Kualitas layanan memiliki indikator *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*. *Word of mouth* memiliki indikator membicarakan, mempromosikan dan merekomendasikan. Faktor-faktor tersebut memiliki hubungan untuk memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menghasilkan suatu penemuan yang diperoleh melalui prosedur statistik. Sampel pada penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* dengan jumlah responden 110 nasabah. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil observasi, wawancara dan kuesioner. Dari hasil analisis yang telah dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPR Nusumma Kediri. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai *R Square* sebesar 0,431 atau 43,1% sedangkan sisanya sebesar 56,9% yang dipengaruhi oleh variabel lain

Kata kunci: *Kualitas Layanan, Word Of Mouth, Kepuasan Nasabah*

DOI	: http://dx.doi.org/10.32503/jcm.v1i3.4520
Sejarah Artikel	: Artikel diterima (16 september); direvisi (29 september); disetujui (3 oktober)
Email Co-Author	: kopipait19@gmail.com

Pendahuluan

Di dunia sekarang ini, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional, praktik bisnis semakin mengglobal. Perusahaan membutuhkan strategi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat saat ini. Ada banyak tantangan dalam mencapai kesuksesan bisnis. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan berkomitmen untuk bekerja secara efektif dengan memanfaatkan berbagai jenis tenaga agar dapat dikenal di pasar. Satu hal yang harus diingat oleh bisnis apapun untuk mencapai kesuksesan adalah kualitas layanan pelanggan mereka. Salah satu strategi untuk meningkatkan kebahagiaan klien adalah dengan meningkatkan kualitas layanan ini. Masalah kualitas telah diterima oleh korporasi sebagai "harga yang harus dibayar" agar tetap bertahan dalam bisnis. Saat ini, ISO 9001 dapat diimplementasikan oleh hampir semua bisnis, terutama bisnis jasa, untuk menghasilkan jasa dengan kualitas yang sama.

Menurut (Parasuraman, 2014:77) Untuk menyeimbangkan harapan konsumen, upaya harus dilakukan untuk memenuhi persyaratan dan keinginan pelanggan. Dengan membandingkan kesan konsumen terhadap layanan yang benar-benar mereka alami atau rasakan dengan layanan yang benar-benar mereka alami atau harapkan dari kualitas layanan suatu perusahaan, kualitas layanan dan ditentukan.

Mirip dengan bagaimana masalah kualitas layanan dapat memengaruhi kesuksesan perusahaan di industri perbankan, sebuah sektor dibangun di atas gagasan kepercayaan. Karena kepuasan konsumen menentukan sukses atau tidaknya sebuah bisnis keuangan. Pelanggan akan puas dengan bank yang dapat menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan jika nilai perbankan bagi klien adalah kemudahan transaksi, (Tjiptono, 2016:194).

PT Bank Nusumma hadir sebagai bank yang memegang teguh prinsip perbankan dalam pelaksanaan operasionalnya. Selain meningkatkan kualitas pelayanan, salah satu strategi yang digunakan untuk mendapatkan kepuasan nasabah dengan menerapkan strategi *word of mouth* (WOM).

Menurut (Itasari et al., 2020:263) "Pemasaran dari mulut ke mulut, yang dapat dilakukan baik online maupun *offline*, dikenal sebagai "*word of mouth*". Iklan dari mulut ke mulut dapat berupa saran, komentar, dan ulasan konsumen yang dibagikan sebagai hasil interaksi mereka dengan produk atau layanan. Adanya penerapan strategi pemasaran yang menggunakan *word of mouth* tersebut dapat membuat pelanggan percaya bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki manfaat dan keunggulan. Selain strategi pemasaran *word of mouth*, kualitas layanan juga sangat diperlukan untuk menunjukkan mengukur kepuasan pelanggan.

Menurut (Itasari et al., 2020:265) mengatakan bahwa "kepuasan pelanggan memiliki efek menguntungkan pada kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup, kebahagiaan pelanggan merupakan aspek penting dalam operasi bisnis". Ketika pelanggan senang menggunakan barang atau jasa perusahaan, kepuasan pelanggan telah tercapai. Salah satu permasalahan yang dialami oleh BPR Nusumma Kediri adalah memperoleh nasabah. Apalagi pada musim pandemi Covid-19 sekarang ini semakin sulit untuk memperoleh nasabah. Maka, peneliti memutuskan untuk mengidentifikasi permasalahan yang terdapat pada bank tersebut terkait kepuasan nasabah. Nasabah yang merasakan kepuasan akan loyal dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh BPR Nusumma Kediri ini sehingga pihak bank dapat meminimalisir atas kesulitan yang berkaitan dengan perolehan nasabah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif asosiatif. Menurut Sujarweni (2015:39) Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan yang dapat dicapai melalui proses statistik atau cara pengukuran lainnya. Penelitian ini dilakukan di BPR Nusumma Kediri dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, pustaka/literatur dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada BPR Nusumma Kediri sebanyak 150 nasabah pada tahun 2020-2022. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian yaitu *Probability Sampling*. Sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 110 nasabah.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan sebagai berikut

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Korelasi Antara	Korelasi (Pearson Coreollation)	Korelasi Sig. (2-tailed)	Keterangan
Variabel Kualitas Layanan (X ₁)	Item X1.1 dengan total	0,704	0,000	Valid
	Item X1.1 dengan total	0,788	0,000	Valid
	Item X1.1 dengan total	0,830	0,000	Valid
	Item X1.4 dengan total	0,793	0,000	Valid
	Item X1.5 dengan total	0,618	0,000	Valid
Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X ₂)	Item X2.1 dengan total	0,856	0,000	Valid
	Item X2.2 dengan total	0,904	0,000	Valid
	Item X2.3 dengan total	0,829	0,000	Valid
Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	Item Y1.1 dengan total	0,897	0,000	Valid
	Item Y1.2 dengan total	0,884	0,000	Valid
	Item Y1.3 dengan total	0,879	0,000	Valid

Sumber: SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat disimpulkan mengenai uji validitas pada variabel Kualitas Layanan (X_1) dan *Word Of Mouth* (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) seluruhnya memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa item pernyataan pada masing-masing variabel bebas dan variabel terikat disimpulkan valid dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji yang menunjukkan akurasi dan konsistensi indikator sebagai alat ukur variabel. Indikator dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Standart Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,60	0,800	Reliabel
<i>Word Of Mouth</i> (X_2)	0,60	0,827	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,60	0,863	Reliabel

Sumber: SPSS 25, 2023.

Berdasarkan tabel 2 diatas, bisa disimpulkan mengenai uji reliabilitas antar variabel Kualitas Layanan (X_1) dan *Word Of Mouth* (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) seluruhnya berada diatas ketentuan 0,60. Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa item pernyataan pada masing-masing variabel bebas dan variabel terikat disimpulkan reliabel dan memiliki kehandalan dalam penelitian ini.

Uji Linieritas

Tabel 3 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,659
<i>Word Of Mouth</i> (X_2)	0,064

Sumber: SPSS 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa:

1. Nilai signifikan *deviation from linearity* pada variabel kualitas layanan (X_1) adalah sebesar $0,659 > 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Nilai signifikan *deviation from linearity* pada variabel *word of mouth* (X_2) adalah sebesar $0,064 > 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,074	Berada diatas nilai signifikan 0,05	Berdistribusi Normal
<i>Word Of Mouth</i> (X_2)			
Kepuasan Nasabah (Y)			

Sumber: SPSS 25, 2023.

Berdasarkan tabel 4 diatas, maka bisa diketahui bahwa nilai signifikansi *Kolmogorov Smirnov* $0,074 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

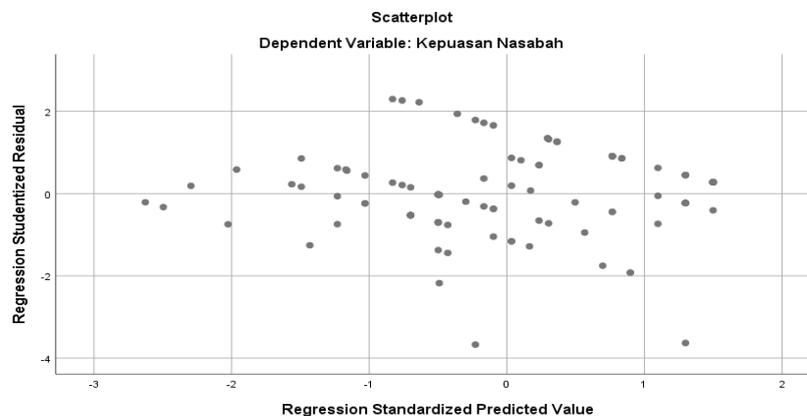
Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	Nilai VIF
Kualitas Layanan (X_1)	0,659	1,395
<i>Word Of Mouth</i> (X_2)	0,064	1,395

Sumber: SPSS 25, 2023.

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat diketahui bahwa hasil dari nilai VIF variabel kualitas layanan (X_1) adalah sebesar 1,395 dan *word of mouth* (X_2) adalah sebesar $1,395 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gangguan pada asumsi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: SPSS 25, 2023.

Berdasarkan gambar 1 diatas, dapat diketahui pada variabel kualitas layanan (X_1), *word of mouth* (X_2) dan variabel kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini

menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.	Keterangan
Konstanta	1,783		
Kualitas Layanan (X_1)	0,257	0,000	H0 ditolak dan Ha diterima
<i>Word Of Mouth</i> (X_2)	0,425	0,000	H0 ditolak dan Ha diterima
Fhitung	40,529	0,000	
Nilai R	0,657		
Nilai R Square	0,431		

Sumber: SPSS 25, 2023.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 6 yang tersaji bisa diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,783 + 0,257X_1 + 0,425X_2 + e$$

Bisa dijelaskan hasil persamaan regresi sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta sebesar 1,783 artinya apabila kualitas layanan dan *word of mouth* nilainya adalah 0, maka kepuasan nasabah BPR Nusumma di Kota Kediri nilainya sebesar 1,783.
2. Koefisien regresi kualitas layanan (X_1) sebesar 0,257, artinya apabila kualitas layanan ditingkatkan 1 satuan, maka kualitas layanan mengalami kenaikan sebesar 0,257 satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara kualitas layanan dengan kepuasan nasabah.
3. Koefisien regresi *word of mouth* (X_2) sebesar 0,425, artinya apabila *word of mouth* ditingkatkan 1 satuan, maka *word of mouth* mengalami kenaikan sebesar 0,425 satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara *word of mouth* dengan kepuasan nasabah.

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun ketentuan penerimaan atau penolakan apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima Hal ini bisa diartikan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 7 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,000	H_0 ditolak
		H_a diterima
<i>Word Of Mouth</i> (X_2)	0,000	H_0 ditolak
		H_a diterima

Sumber: SPSS 25, 2023.

Berdasarkan tabel 7 diatas, bisa dijelaskan secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut.

1. Uji variabel Kualitas Layanan (X_1)

Hasil perhitungan uji parsial variabel kualitas layanan diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, atau variabel kualitas layanan (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

2. Uji variabel *Word Of Mouth* (X_2)

Hasil perhitungan uji parsial variabel *word of mouth* diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, atau variabel *word of mouth* (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan dari variabel independen (bebas) yang terdiri dari Kualitas Layanan (X_1) dan *Word Of Mouth* (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat) yaitu Kepuasan Nasabah (Y). Berikut hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Pengaruh Antar Variabel	Sig.	Keterangan
Diduga Kualitas Layanan dan <i>Word Of Mouth</i> terdapat pengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah	0,000	H_0 ditolak
		H_a diterima

Sumber: SPSS 25, 2023.

Berdasarkan data pada tabel 8 diatas, bisa dijelaskan secara simultan pengaruh variabel bebas terhadap terikat yaitu hasil perhitungan uji F pada hipotesis dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Layanan dan *Word Of Mouth* terhadap Kepuasan Nasabah.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah BPR Nusumma di Kota Kediri

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya, dapat diketahui bahwa hasil uji t pada variabel kualitas layanan (X_1) dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang

berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_1 diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini membuktikan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Pengaruh *Word Of Mouth* secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah BPR Nusumma di Kota Kediri

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya, dapat diketahui bahwa hasil uji t pada variabel *word of mouth* (X_2) dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_2 diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini membuktikan bahwa variabel *word of mouth* (X_2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Pengaruh Kualitas Layanan dan *Word Of Mouth* secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah BPR Nusumma

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya, dapat diketahui bahwa hasil uji F pada variabel kualitas layanan (X_1) dan *word of mouth* (X_2) dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_3 diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini membuktikan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) dan *word of mouth* (X_2) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kualitas layanan (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y) di BPR Nusumma Kediri.
2. Variabel *word of mouth* (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y) di BPR Nusumma Kediri.
3. Variabel kualitas layanan (X_1) dan *word of mouth* (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y) di BPR Nusumma Kediri.

Saran

Kepada BPR Nusumma Kediri untuk meningkatkan kualitas layanan dan *word of mouth*. BPR Nusumma Kediri dapat memberikan saran kepada karyawan untuk memperbaiki pelayanan kepada nasabah. Pelayanan yang baik tersebut dapat memberikan *feedback* melalui pemasaran *word of mouth*.

Daftar Pustaka

- Adhiyanto, Mochlas. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri (BLKI) Semarang*. Dipublikasikan. Semarang: Universitas Diponegoro. h: 1-69
- Andy, Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
- Babin, Barry. (2015). "Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea". *The Journal Of Service Marketing*.
- Fibriyadi, Istna. (2016). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hughes, Owen E. (2015). *Public Management And Administration, An Introduction*. London: Martin Press
- Itasari, Andri Astuti, Nurnawati Hindra Hastuti, Agus Supriyadi. (2020). "Pengaruh *Word of Mouth*, *Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan". *Journal of communication*. E-ISSN 2599-3240, Vol.5, No.2, December 2020. hlm. 260-270
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi Kedua belas. Jakarta: PT. Indeks
- Lupiyoadi R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sari, Yesi Purnama. (2019). *Pengaruh Brand Trust Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta Di Kota Bengkulu*. Dipublikasikan. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- _____.(2019). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Teori Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Offset. Totalia, S.A & Hindrayani, A. (2013). *SPSS & DEA Implementasi pada Bidang Pendidikan dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pohon Cahaya.