

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Word of Mouth pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Utama Medan

ABSTRAK

NATALIA ISURA PERANGIN ANGIN

163311010029

Industri bidang jasa merupakan salah satu penopang ekonomi dan memiliki pertumbuhan yang tinggi. Salah satu industri jasa keuangan yaitu Bank yang merupakan perusahaan jasa murni yang mempunyai bisnis model mengedepankan interaksi dengan pengguna jasanya (nasabah). Sektor Perbankan merupakan Sektor jasa mempunyai lingkungan kompetisi yang sangat tinggi. Lingkungan bisnis perbankan dicirikan dengan dinamika, serba cepat, dan kompetitif dan multiplatform hal ini penawaran berbasis promosi dan produk yang dapat diberikan kepada nasabah semakin terbatas, diferensiasi produk sejak lama dianggap bukan opsi yang ideal karena pesaing dapat dengan mudah meniru strategi yang digunakan. Hal ini membuat Mutu Layanan menjadi hal yang sangat krusial untuk mempertahankan keunggulan bersaing. Tantangan strategis kualitas layanan juga banyak terjadi di dunia perbankan dimana jumlah Front liner yang terbatas akibat penghematan biaya operasional terjadi saat ini. Banyak pengelola yang memberikan prioritasnya terhadap sisi peminjaman (credit/loan) dan mengesampingkan layanan nasabah. Layanan Pelanggan seharusnya menjadi prioritas dan ditingkatkan secara berkelanjutan. Jika Layanan pelanggan kualitasnya terus menurun, akan memberikan Efek terhadap ketidakpuasan nasabah yang akan menghilangkan loyalitas nasabah, yang jika dibiarkan, akan berpotensi pada penurunan penjualan dan kemudian profitabilitas rendah. Komentar positif dari pelanggan yang puas dapat meningkatkan pembelian namun komentar negatif dari pelanggan yang tidak puas dapat mengurangi pembelian. Pelanggan yang bersedia untuk menawarkan pesan WOM positif lebih cenderung menjadi pelanggan setia mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk Mempelajari hubungan faktor-faktor ServQual yang dikemukakan Parasuraman et al. (1985) yaitu Reliability, Tangibility, Responsiveness Empati, Assurance dengan kepuasan nasabah dan Mempelajari hubungan kepuasan pelanggan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan Word of Mouth pada konteks Nasabah BNI Cabang Medan. Penelitian ini menggunakan data primer dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yaitu Nasabah *Walk-in* BNI Cabang Medan. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada responden melalui beberapa Kantor cabang pembantu dan kantor kas di Seluruh Cabang Medan. Penyebaran kuesioner kepada responden dimulai pada tanggal 15 – 29 Juni 2020. Pada penelitian ini sampel yang dipakai 217 responden yang mewakili nasabah BNI Cabang Medan. Temuan dari penelitian ini antara lain (1) Tangibility berpengaruh pada kepuasan pelanggan; (2) Responsiveness berpengaruh pada kepuasan pelanggan; (3) Keandalan layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan (3) Empati berpengaruh pada kepuasan pelanggan (4) Assurance berpengaruh pada kepuasan pelanggan (5) Kepuasan pelanggan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan Worth of mouth.

Kata kunci: Servqual, Kepuasan Pelanggan, WOM, SEM-PLS, BNI, Bisnis Perbankan

ABSTRACT

NATALIA ISURA PERANGIN ANGIN

163311010029

Service industries are one of the economy pillars and has high growth. One of the service industries such as financial services is a bank which is a pure service company that has a business model that promotes interaction with its service users called customers. The banking sector is a sector that has a very high competitive environment. The banking business environment is characterized by dynamic, fast-paced, competitive and multi-platform, which means that promotional and product-based offers for customers are increasingly limited, long-standing product differentiation is not an ideal option because competitors can easily follow the used strategies. This makes Service Quality very important to maintain a competitive advantage. There are also many strategic challenges in service quality in the banking world where the number of front liners is limited due to current operational costs. Many managers give priority to the borrowing side (credit/loan) and override customer service. This results in poor customer service that is not entirely the fault of the frontline service. Customer service should be a priority and improved on an ongoing basis. If the quality of customer service continues to decline, this will have an effect on customer dissatisfaction which will diminish customer loyalty, and if it is ignored, it will potentially lead to decreased sales and low profitability. Customer dissatisfaction is the main reason for customers to stop Banking Services. Positive feedback from satisfied customers can increase purchases but negative comments from dissatisfied customers can reduce purchases. Customers who are willing to offer a positive WOM message are more likely to become loyal customers.

This study aims to study the relationship between ServQual factors as stated by Parasaruman et al. (1985) namely Reliability, Tangibility, Responsiveness, Empathy, Assurance with customer satisfaction and Studying the relationship between customer satisfaction and influencing customers to do a Word of Mouth in the context of the Customer of BNI in Medan Branch. This study used primary data by distributing questionnaires to respondents, namely Walk-in Customers of BNI in Medan Branch. Questionnaires were distributed directly to respondents through several sub-branch offices and cash offices in all Medan branches. The distribution of questionnaires to respondents began on June 15 until June 29 in 2020. In this study, the sample used was 217 respondents representing customers of BNI in Medan Branch. The findings of this study include (1) Tangibility has an effect on customer satisfaction; (2) Responsiveness affects customer satisfaction; (3) Service reliability affects customer satisfaction (3) Empathy affects customer satisfaction (4) Assurance affects customer satisfaction (5) Customer satisfaction affects customers to do Worth of Mouth.

Keywords: Servqual, Customer Satisfaction, WOM, SEM-PLS, BNI, Business Banking

