

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, RISIKO, DAN NILAI NASABAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT AGRODANA FUTURES SURABAYA

Nila Inwana¹
Achmad Zaini²

^{1,2} Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹nilainwana3@gmail.com,

²zeinpoltek@yahoo.com,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, risiko, dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah pada PT Agrodana Futures Surabaya.

Penelitian ini merupakan explanatory research menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan adalah kualitas layanan, risiko, nilai nasabah dan kepuasan nasabah. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner pada 72 nasabah PT Agrodana Futures Surabaya. Teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling. Analisa dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Agrodana Futures Surabaya. Selanjutnya risiko secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Agrodana Futures Surabaya. Nilai nasabah secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Agrodana Futures Surabaya. Kualitas layanan, risiko, dan nilai nasabah secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT Agrodana Futures.

Kata-kata kunci: kualitas layanan, risiko, nilai nasabah, kepuasan nasabah, PT Agrodana Futures Surabaya

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality, risk, and customer value on customer satisfaction at PT Agrodana Futures Surabaya.

This research was explanatory research with a quantitative approach. The variables involve service quality, risk, customer value and customer satisfaction. The method of data collection was done by distributing questionnaires to 72 customers of PT Agrodana Futures Surabaya. The sampling technique employed purposive sampling. The analysis of the data used multiple linear regression test.

The results showed that service quality partially had no influence on customer satisfaction of PT Agrodana Futures Surabaya. Furthermore, the risk partially influence customer satisfaction PT Agrodana Futures Surabaya. Customer value partially influence on customer satisfaction PT Agrodana Futures Surabaya. Service quality, risk, and customer value simultaneously have an influence on Customer Satisfaction of PT Agrodana Futures Surabaya.

Keywords: service quality, risk, customer value, customer satisfaction, PT Agrodana Futures Surabaya

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Belakangan terakhir, minat investasi mengalami peningkatan di Indonesia. Selama dua tahun terakhir, perkembangan investasi di Indonesia terus merangkak naik, terlebih sejak keran investasi asing dibuka.

Pada awal tahun 2020, dunia sedang diserang oleh virus yang bernama corona. Dampak yang ditimbulkan hampir di seluruh aktivitas yang ada. Salah satu aspek yang menjadi perhatian di tengah merebaknya virus corona adalah investasi.

Tentunya pada masa krisis pandemi seperti ini orang akan lebih selektif dan sensitif dalam mengatur keuangannya. Maka hal ini menjadikan kepuasan nasabah yang dulunya

sudah dianggap penting sekarang menjadi hal yang paling penting diantara semuanya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Risiko, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Agrodana Futures Surabaya".

1.2 Rumusan Masalah

Apakah Kualitas Layanan, Risiko dan Nilai Nasabah berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan Nasabah.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Risiko dan Nilai Nasabah secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan Nasabah.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kajian Empiris

Adapun hasil penelitian terdahulu mengenai Kualitas Layanan, Risiko, dan Nilai nasabah terhadap Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini adalah a) Fakhruddin *et al*, 2018 menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. b) Basri, 2019 menunjukkan Kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan. c) Triono *et al*, 2020 menunjukkan Nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2014:282) terdapat lima indikator untuk mengukur kualitas layanan yakni : Reabilitas (*reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), dan bukti fisik (*Tangibles*).

2.2.2 Risiko

Menurut Susilo & Kaho (2019:46) berdasarkan pendekatan Anderson & Schroeder (2010) maka indikator risiko adalah: Risiko Bencana (*hazard*), Risiko Ekonomi (*economic risk*), Risiko operasional (*operational risk*), Risiko strategis (*strategic risk*).

2.2.3 Nilai nasabah

Menurut Sweeney & Soutar dalam Tjiptono (2014:310) indikator nilai terdiri atas 4 aspek utama yaitu *Emotional Value*, *Social Value*, *Quality/Performance Value*, *Price /Value for Money*.

2.2.4 Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (2005) dalam Sentiana (2018:249) indikator kepuasan nasabah meliputi *word of mouth communication*, *ekspetasi*, *pengalaman*, *external communication*.

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Levesque dan McDougall (1996) dalam Nisazizah & Sudaryanto (2018) menjelaskan bahwa kinerja dari penyedia layanan pada dimensi inti dan hubungan dari layanan sebagai penggerak yang penting dari kepuasan nasabah pada perbankan.

2.3.2 Hubungan Risiko terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Bao (2009) dalam Ghotbabai *et al* (2016) mengemukakan bahwa sebagian besar peneliti mencari elemen positif yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah akan tetapi terdapat faktor yang berpengaruh negatif dan

dapat menurunkan kepuasan nasabah. Salah satu faktor ancaman ini adalah risiko yang dirasakan nasabah.

2.3.3 Hubungan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah

Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan. Terdapat dua faktor utama yang dijadikan pedoman oleh nasabah, yaitu layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan (Suryani, 2008) dalam Suhendra dan Yulianto (2017).

3. Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *explanatory research* menggunakan pendekatan kuantitatif.

3.2. Populasi

Untuk melakukan penelitian digunakan subyek penelitian sebagai pendukung keberhasilan penelitian. Jumlah seluruh subyek penelitian disebut juga populasi. Yang menjadi populasi penelitian adalah nasabah PT Agrodana Futures Surabaya yang melakukan pembukaan *new account* dan sudah melakukan transaksi produk indeks saham minimal 1 kali per Januari 2020 hingga Januari 2021 sebanyak 250 nasabah.

3.3. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Agrodana Futures Surabaya yang melakukan pembukaan *new account* dan sudah melakukan transaksi produk indeks saham minimal 1 kali per Januari 2020 hingga Januari 2021.

3.4. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang pertama Kualitas Layanan (X1) menurut Tjiptono (2014:282) terdapat lima indikator untuk mengukur kualitas layanan yakni dengan item : segera, akurat, memuaskan, berkeinginan membantu, tanggap, pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dapat dipercaya, kemudahan, komunikasi, peduli, fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, sarana komunikasi.

Definisi operasional variabel yang kedua Risiko (X2) menurut Susilo & Kaho (2019:46) indikator risiko terdapat item fluktuasi harga komoditas, suku bunga, nilai tukar, gangguan proses kerja, malfungsi, kesalahan administratif, gangguan mesin produksi,

pelanggaran kepatuhan, tuntutan hukum, pergerakan, strategi pesaing, regulasi baru, perubahan politik, perubahan sosial, gaya hidup, dan teknologi baru.

Definisi operasional variabel yang ketiga Nilai Nasabah (X3) menurut Tjiptono (2014:310) indikator nilai terdiri atas 4 aspek utama dengan item senang, tidak menyesal, harapan, ketepatan, biaya jangka pendek, biaya jangka panjang, kualitas produk, kinerja produk.

Definisi operasional variabel yang keempat Kualitas Layanan (Y) menurut Kotler (2005) dalam Sentiana (2018:249) indikator kepuasan nasabah meliputi item pelayanan kualitas tinggi, rekomendasi orang, keinginan, kebutuhan, tingkat ekspektasi, memakai kembali, pesan langsung, pesan tidak langsung.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden.

3.7. Metode Analisa

Metode yang digunakan untuk menganalisis data terdiri dari analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis determinan, uji hipotesis secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji F).

3.8. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji t, Uji F, dan Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Suliyanto (2018:233) "Validitas alat ukur adalah tingkat ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya".

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) "Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu".

3.8.3 Uji t

Kriteria uji t menurut Sanusi (2014:138) yaitu 1) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan Nilai $Pr \leq \alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak H_a diterima. 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau Nilai $Pr \geq \alpha = 5\%$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

3.8.4 Uji F

Kriteria uji F menurut Sanusi (2014: 138) yaitu 1) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dan Nilai $Pr \leq \alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak H_a diterima. 2) Jika $F_{hitung} \leq$

F_{tabel} atau Nilai $Pr \geq \alpha = 5\%$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

3.8.5 Uji Asumsi Klasik

3.8.5.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) "uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

3.8.5.2. Uji Multikolonieritas

Menurut Sarjono dan Julianita (2013:70) "Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji multikorelasi perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu"

3.8.5.2. Uji Heterokedastisitas

Menurut Wijaya (2009:124) dalam Sarjono dan Julianita (2013:66) "Jika varians residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedastisitas dalam model, atau dengan perkataan lain tidak terjadi heterokedastisitas".

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa keseluruhan item dinyatakan valid.

4.2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, menunjukkan keseluruhan item yang digunakan adalah reliabel.

4.3. Uji t

Dari hasil uji t yang telah dilakukan variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Agrodana Futures Surabaya dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yakni $-1,074 < 1,667$ dan signifikan $0,287 < 0,05$. Variabel risiko berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Agrodana Futures Surabaya dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $4,800 > 1,667$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Variabel nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Agrodana Futures Surabaya dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,250 > 1,667$ dan signifikan $0,028 < 0,05$.

4.4. Uji F

Dari hasil uji F yang telah dilakukan variabel kualitas layanan, risiko, dan nilai nasabah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT Agrodana Futures Surabaya dengan nilai nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $13,008 > 2,74$ serta signifikan $0,000 < 0,05$.

4.5. Uji Assumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Tampilan grafik normal plot terlihat bahwa penyebaran data titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Model regresi menyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data sehingga tidak akan mengganggu satu dengan yang lain.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Pada grafik scatterplot terlihat tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 sumbu Y, maka model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6. Bahasan

Berdasarkan pengujian secara parsial mendapatkan hasil variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Agrodana Futures Surabaya sedangkan variabel risiko dan nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Agrodana Futures Surabaya. Secara simultan variabel kualitas layanan, risiko, dan nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Agrodana Futures Surabaya.

Hasil *Adjusted R square* yang diperoleh sebesar 0,338. Dengan demikian dapat diartikan besarnya kontribusi pengaruh semua variabel X terhadap variabel Y sebesar 33,8%.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas layanan, risiko, dan nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

5.2. Saran

Diharapkan PT Agrodana Futures Surabaya untuk terus meningkatkan kualitas layanan, tetap berinovasi dalam meminimalisir risiko, dan mempertahankan nilai nasabah.

6. Daftar Rujukan

Basri, A. I. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking . *Bisman*. Vol 2 Nomor 1

Fakhruddin, F. M., Maupa, H., & Ismail, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komitmen, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Area Makasar Raya. *Hasanuddin Journal of Applied*

Business and Entrepreneurship. Vol. 1 Nomor 4

Ghotbabadi, A. R., Feiz, S., & Baharun, R. (2016). The Relationship of Customer Perceived Risk and Customer Satisfaction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. ISSN : 2039-2117 Vol 7 No 1 S1. pp 162.

Ghozali, & Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan penerbit – Undip

Nisazizah, B., & Sudaryanto, B. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, dan customer relationship management terhadap kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 7, Nomor 4. pp 3.

Sanusi, & Anwar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.

Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL*. Jakarta: Salemba Empat.

Sentiana, S. S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Sekretari dan Manajemen*. Volume 2 No. 2. pp 249.

Suhendra, G., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediator (Survei pada Pelanggan Bukalapak.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 51 No. 2. pp 61.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*. Yogyakarta: ANDI.

Susilo, L. J., & Kaho, V. R. (2019). *Manajemen Risiko Panduan untuk Risk Leaders dan Risk Practitioners*. Jakarta: PT. Grasindo.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.

Triono, B. S., Adi, P., & Haryanto, A. T. (2020). The Effect Of Product Quality and Costumer Value on Costumer satisfaction and Loyalty of credit in PD. BPR of Bank Daerah Sukoharjo. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*. ISSN : 2579-5597