

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN MESIN EDC TERHADAP KEPUASAN *MERCHANT* PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA JAKARTA PUSAT

*THE EFFECT OF SERVICE QUALITY USING EDC MACHINE ON MERCHANT SATISFACTION
AT PT BANK RAKYAT INDONESIA CENTRAL JAKARTA*

Christian Kuswibowo¹, Nooranisa Andhina Putri²

E-mail: christiankuswibowo@gmail.com

Politeknik APP Jakarta, Jl. Timbul No.34, Jakarta Selatan, 12630, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan mesin EDC terhadap kepuasan merchant pada PT Bank Rakyat Indonesia Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 40 responden yang merupakan merchant pengguna EDC BRI kategori Eating Places & Restaurants dan berdomisili di Jakarta Pusat. Metode dalam pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, Uji T dan uji F. Melalui hasil pengujian jawaban responden didapat hasil sebesar 90,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 9,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Melalui uji F diketahui bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel bebas yakni assurance, tangible, empathy dan responsiveness berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan. Dimana setiap kenaikan yang terjadi terhadap variabel bebas akan diikuti pula kenaikannya oleh variabel terikat. Sedangkan reliability tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga didapat persamaan regresi $Y = 1,966 - 0,161 X_1 + 0,533 X_2 + 1,500 X_3 + 1,868 X_4 + 1,066 X_5$. Selain itu dari hasil pengujian dapat dilihat bahwa dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah empathy dengan nilai koefisien sebesar 1,868.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Merchant, Mesin EDC*

ABSTRACT

This research is to determine the effect of service quality with EDC machines on merchant satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia, Central Jakarta. This research uses descriptive quantitative method. The sample used in this study amounted to 40 respondents who are merchants who use the EDC with category of Eating Places & Restaurants and live in Central Jakarta. The sampling method used was purposive sampling. Data analysis used in this study includes validity test, reliability test, correlation coefficient, determination coefficient, multiple linear regression analysis, classic assumption test, T test and F test. service quality, while the remaining 9.9% is influenced by other variables not examined in this study. Through the F test it is known that service quality simultaneously has a positive and significant effect on customer satisfaction. The results of multiple linear regression analysis show that the independent variables, namely assurance, tangible, empathy and responsiveness have a positive effect on the dependent variable, namely customer satisfaction. Where any increase that occurs in the independent variable will also be followed by an increase in the dependent variable. Meanwhile, reliability has no positive effect on customer satisfaction. So that the regression equation $Y = 1.966 - 0.161 X_1 + 0.533 X_2 + 1,500 X_3 + 1,868 X_4 + 1,066 X_5$ is obtained. In addition, from the test results, it can be seen that the most dominant dimension affecting customer satisfaction is empathy with a coefficient value of 1,868.

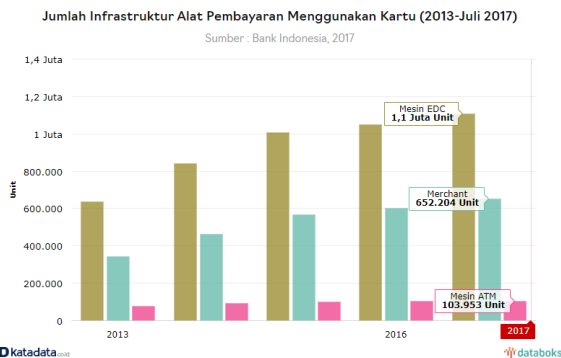
Keywords: *Service Quality, Merchant Satisfaction, EDC Machin*

1. Pendahuluan

Saat ini perkembangan teknologi berhasil membuat perubahan yang besar di berbagai sektor kehidupan dunia. Dalam industri finansial pun memiliki istilah sendiri yang biasa dikenal dengan *cashless society* dimana masyarakat mengurangi transaksi tunai. Dengan adanya *fintech* (*financial technology*) seperti munculnya mesin EDC (*Electronic Data Capture*), *mobile banking*, *e-money card*, pembayaran menggunakan *QR code*, sampai kredit online tanpa kartu kredit.

Perkembangan teknologi kini membuat seolah segala hal menjadi lebih mudah. Menurut “*Consumer Payment Attitudes Study*” yang dirilis tahun 2107 oleh Visa, 76% masyarakat kita merasa percaya diri jika harus hidup tanpa uang tunai selama 24 jam. Dan hingga saat ini banyak masyarakat yang beralih untuk menggunakan kartu debit dan kartu kredit sebagai alat pembayaran untuk kebutuhan mereka.

Gambar 1
Jumlah Infrastruktur Alat Pembayaran Menggunakan Kartu



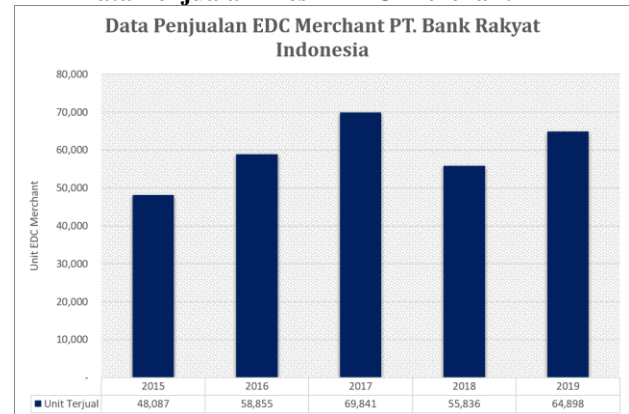
Sumber : Katadata.co.id

Suatu sistem pembayaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menciptakan biaya yang minim untuk mendapatkan manfaat dari transaksi tersebut. Melalui tingkat kecepatan transaksinya hingga penurunan biaya transaksi, inovasi pembayaran *cashless* atau elektronik membuat alat pembayaran menggunakan kartu menjadi lebih efektif khususnya dengan menggunakan mesin EDC.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu perusahaan bank yang termasuk badan usaha milik negara (BUMN) di Indonesia yang mengeluarkan produk EDC *merchant*. EDC *merchant* adalah mesin gesek kartu yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran non tunai bisa dengan kartu debit, kartu kredit, kartu *e-money* maupun kartu prepaid yang diletakkan di *merchants*. Mesin ini diberikan oleh pihak bank yang bersangkutan untuk

nasabahnya yang memiliki usaha atau toko dan biasa disebut dengan *merchant*. Dalam hal ini, EDC *merchant* BRI membantu *merchant* dan memudahkan masyarakat dalam transaksi perbelanjaan maupun memberikan keamanan tanpa perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar untuk bertransaksi.

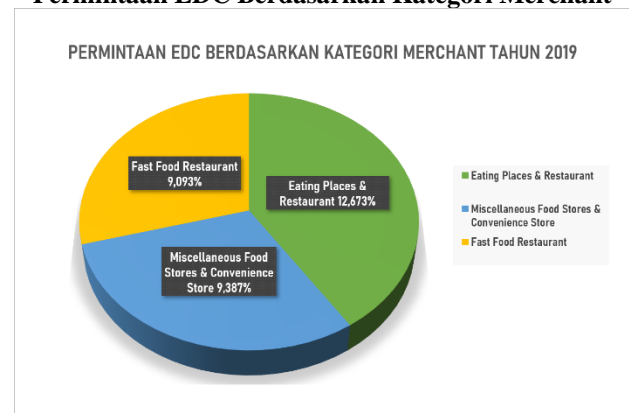
Gambar 2
Data Penjualan Mesin EDC Merchant BRI



Sumber : Kantor Pusat PT Bank Rakyat Indonesia

Berdasarkan data tersebut penjualan mesin EDC (*Electronic Data Captured*) PT Bank Rakyat Indonesia seluruh Indonesia 5 tahun ke belakang tercatat mengalami kenaikan mulai dari tahun 2015 sampai dengan 2017 dengan unit yang terjual paling tinggi pada tahun 2017 sebanyak 69,841 unit. Kemudian mengalami penurunan pada tahun 2018, dan naik kembali pada tahun 2019. Transaksi mesin EDC (*Electronic Data Capture*) BRI tercatat tumbuh hingga kuartal III 2019. Jumlah transaksi *merchant* di EDC BRI sampai dengan September 2019 telah mencapai sekitar 62 juta transaksi.

Gambar 3
Permintaan EDC Berdasarkan Kategori Merchant



Sumber : Kantor Pusat PT Bank Rakyat Indonesia

Data di atas menunjukkan bahwa sektor usaha yang memberikan kontribusi tertinggi terhadap penggunaan EDC (*Electronic Data Capture*) Merchant BRI adalah pada merchant kategori *Eating Places & Restaurants* dengan persentase tertinggi sebesar 12,673%. Disusul dengan 2 kategori merchant lainnya yaitu kategori *Miscellaneous Food Stores & Convenience Store* dan kategori *Fast Food Restaurant*. Dari sisi merchant, keberadaan EDC BRI pun lebih memudahkan kerja mereka dalam bertransaksi dengan konsumen. Tentunya agar mempercepat proses pembayaran, tidak perlu menyediakan uang kecil untuk kembalian, tidak kesulitan menghitung uang untuk transaksi dalam jumlah besar, dan lain sebagainya.

Dikarenakan persaingan di dunia perbankan yang sudah mulai ketat, maka diperlukan kualitas pelayanan yang maksimal sesuai dengan motto BRI “Melayani Nasabah Dengan Sepenuh Hati”. Diharapkan dengan ini BRI memberikan kualitas pelayanan yang maksimal, sehingga complain atau sanggahan nasabah maupun merchant terhadap masalah pada mesin EDC BRI berkurang serta penyelesaian complain oleh BRI dapat diselesaikan tepat waktu dimana akan membuat merchant merasa puas dan loyal terhadap bank pada pemakaian mesin EDC hingga meningkatkan sales volume penjualan dan mampu menghimpun nasabah lebih banyak lagi.

Menurut Kotler, yang dikutip oleh Rusydi (2017) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah: “Kualitas pelayanan merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*), dengan harapan para nasabah atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (*expected service*).”

Menurut Howard and Shets (2014) mengemukakan bahwa: “kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan dan ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.”

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut dan menuangkannya dalam suatu laporan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Mesin EDC terhadap Kepuasan Merchant pada PT Bank Rakyat Indonesia Jakarta Pusat”.

2. Metode Penelitian

Judul penelitian ini adalah meneliti pengaruh kualitas pelayanan dengan mesin EDC terhadap kepuasan merchant pada PT Bank Rakyat Indonesia Jakarta Pusat. Maka objek penelitiannya adalah kualitas pelayanan yang

dilakukan oleh PT Bank Rakyat Indonesia terhadap kepuasan merchant. Adapun subyek penelitian adalah merchant kategori *Eating Places & Restaurants* pengguna mesin EDC BRI di wilayah Jakarta Pusat. Lokasi penelitian dilakukan di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang berlokasi di Jl. Jend. Sudirman No.Kav 44-46, RT.14/RW.1, 1, Bendungan Hilir, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10210 adapun waktu penelitian dilakukan selama 6 bulan terhitung mulai dari 9 Maret 2020 hingga 31 Agustus 2020.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh merchant pengguna EDC BRI di wilayah Jakarta sedangkan Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang ada dalam populasi untuk dijadikan objek/subjek. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *non probability sampling* serta teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Karena populasi dalam penelitian ini sangat besar, maka peneliti menggunakan metode roscow dengan mengambil sampel sebanyak 40 responden.

Adapun kriteria yang dijadikan responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah : Merchant merupakan pengguna mesin EDC BRI, Merchant termasuk dalam kategori merchant *Eating Places & Restaurants* dan Alamat merchant berdomisili di wilayah Jakarta Pusat. Untuk mengumpulkan data serta informasi yang akurat. Maka dilakukan teknik sebagai berikut : Jenis data pada penelitian adalah kuantitatif karena pada proses pengumpulan data berupa bilangan atau angka-angka.

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan kegiatan mengamati serta mencatat seluruh peristiwa terhadap obyek yang akan diteliti. Observasi ini dilakukan peneliti melalui kerja praktik di kantor pusat PT Bank Rakyat Indonesia Jakarta Pusat. Melalui metode ini diharapkan mampu mendapatkan data sebagai pelengkap dalam penelitian dan penambah wawasan bagi peneliti. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai dari suatu variabel penelitian. Untuk menguji keabsahan suatu hasil penelitian diperlukan dua macam pengujian yaitu (*test of validity*) atau uji validitas dan (*test of reliability*) atau uji Reliabilitas dengan menggunakan bantuan SPSS (Statistical Package for the Social Science) untuk penghitungannya.

Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Pengukuran

tingkat validitas dari suatu item pernyataan menentukan item tersebut layak digunakan dalam penelitian atau tidak. Penghitungan uji validitas dilakukan berdasarkan korelasi antar skor item pertanyaan dengan total skor seluruh item pernyataan yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ dan taraf signifikansi 5%. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dapat terlihat dari hasil output SPSS pada kolom *corrected item-total correlation* apabila nilai r_{hitung} untuk r tiap item pernyataan lebih besar dari nilai r_{tabel} dan nilai r positif maka item atau butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan *valid*.

Sebelum melakukan uji hipotesis penelitian pada analisis regresi linier berganda, maka perlu dilakukan suatu uji asumsi klasik terlebih dahulu atas data yang akan peneliti olah menggunakan uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinearitas.

Analisis regresi berganda merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh keseluruhan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dikarenakan jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan dari variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi linier berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi linier berganda adalah sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$

Uji korelasi dilakukan untuk melihat hubungan dari dua hasil pengukuran atau dua variabel yang diteliti, untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik statistik *pearson product moment correlation* karena data yang diperoleh berupa data interval yang diperoleh dari instrument penelitian dengan skala *likert*. Sesuai kajian teori interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara 2 variabel mengikuti pedoman untuk menginterpretasikan koefisien korelasi.

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang dapat digunakan untuk mengetahui besarnya variabel terikat. Koefisien determinasi $R^2 = 0$, berarti variabel bebas tidak mempunyai pengaruh sama sekali (0%) terhadap variabel terikat. Sebaliknya, bila koefisien determinasi $R^2 = 1$, berarti variabel terikat 100% dipengaruhi oleh variabel bebas. Letak R^2 berada dalam selang atau interval antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Selanjutnya dilanjutkan dengan Uji F dan Uji T.

Berdasarkan uraian diatas, terdapat permasalahan dalam penelitian ini, yaitu Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dengan mesin EDC (*Electronic Data Capture*) terhadap kepuasan *merchant* pada PT Bank Rakyat Indonesia Jakarta Pusat dan Dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling perlu ditingkatkan untuk memberikan kepuasan pada *merchant* pengguna produk mesin EDC (*Electronic Data Capture*).

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dengan mesin EDC (*Electronic Data Capture*) terhadap kepuasan *merchant* pada PT Bank Rakyat Indonesia Jakarta Pusat dan untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling perlu ditingkatkan untuk memberikan kepuasan pada *merchant* pengguna produk mesin EDC (*Electronic Data Capture*).

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi maupun manfaat untuk beberapa pihak diantaranya: Kontribusi Teoritis atau Akademis Peneliti dengan harapan bahwa hasil penelitian dapat menjadi sumber masukan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai salah satu sumber bacaan yang dapat menambah wawasan dan juga hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan bahan evaluasi bagi perusahaan Kantor Pusat PT Bank Rakyat Indonesia serta menjadi masukan dalam memperbaiki maupun meningkatkan kualitas pelayanan PT Bank Rakyat Indonesia.

3. Hasil dan Pembahasan

Langsung kepada pokok pembahasan untuk menjawab permasalahan yang ada, analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen *reliability* (X_1), *assurance* (X_2), *tangible* (X_3), *emphaty* (X_4) dan *responsiveness* (X_5) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). Hasil pengujian regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.966	3.749		.524	.603
	Reliability	-.161	.401	-.035	-.401	.691
	Assurance	.533	.413	.119	1.290	.206
	Tangible	1.500	.428	.361	3.502	.001
	Emphaty	1.868	.381	.383	4.896	.000
	Responsiveness	1.066	.324	.303	3.284	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah di SPSS,2020

Berdasarkan hasil output di atas diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,966 - 0,161 X_1 + 0,533 X_2 + 1,500 X_3 + 1,868 X_4 + 1,066 X_5$$

Nilai konstanta 1,966 bernilai positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh *merchant*. Variabel kualitas pelayanan pada persamaan regresi tersebut yang terdiri dari *assurance*, *tangible*, *emphaty*, dan *responsiveness* memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan sedangkan untuk *reliability* memiliki hubungan negative terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Reliability (X₁) = -0,161

Berdasarkan tabel 1 nilai koefisien *reliability* sebesar -0,161, jika koefisien *reliability* meningkat sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar -0,161. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *reliability* dengan kepuasan pelanggan, semakin naik *reliability* maka semakin turun kepuasan pelanggan.

Assurance (X₂) = 0,533

Berdasarkan tabel 1 nilai koefisien *assurance* sebesar 0,533, jika koefisien *assurance* meningkat sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,533. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *assurance* dengan kepuasan pelanggan, semakin naik *assurance* maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Tangible (X₃) = 1,500

Berdasarkan tabel 1 nilai koefisien *tangible* sebesar 1,500, jika koefisien *tangible* meningkat sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,500. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *tangible* dengan kepuasan pelanggan, semakin naik *tangible* maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Emphaty (X₄) = 1,868

Berdasarkan tabel 1 nilai koefisien *emphaty* sebesar 1,868, jika koefisien *emphaty* meningkat sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,868. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *emphaty* dengan kepuasan pelanggan, semakin naik *emphaty* maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Responsiveness (X₅) = 1,066

Berdasarkan tabel 1 nilai koefisien *responsiveness* sebesar 1,066, jika koefisien *responsiveness* meningkat sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,066. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *responsiveness* dengan kepuasan pelanggan,

semakin naik *responsiveness* maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Berikut adalah hasil pengujian uji F sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Pengujian Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1916.367	5	383.273	61.691	.000 ^a
	Residual	211.233	34	6.213		
	Total	2127.600	39			

a. Predictors: (Constant), Responsiveness, Emphaty, Assurance, Reliability, Tangible

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah di SPSS,2020

Berdasarkan hasil output di atas nilai f_{hitung} sebesar 61,691 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. f_{tabel} pada penelitian ini adalah $F(k ; n-k) = F(5 ; 35) = 2,49$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ sebesar $61,691 > 2,49$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sebagaimana kriteria pengambilan keputusan uji simultan (Uji F) bahwa H_0 diterima atau variabel kualitas pelayanan (*reliability*, *assurance*, *tangible*, *emphaty*, dan *responsiveness*) secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Reliability (kehandalan) terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *Reliability* (keandalan) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bentuk *reliability* yang diberikan bank kepada merchant seperti memberikan training kasir untuk *merchant* seperti tata cara penggunaan mesin EDC, ketersediaan laporan transaksi/*merchant statement report*, dan kecepatan mesin EDC saat melakukan transaksi. Variabel *reliability* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan akan tetapi secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka dalam hal ini perusahaan pun harus tetap memperhatikan aspek *reliability* atau keandalan untuk tetap mendukung pelayanan yang diberikan perusahaan.

Hal ini dapat dilihat bahwa indikator petugas bank memberikan training kasir untuk merchant seperti tata cara penggunaan mesin EDC mendapatkan nilai tertinggi sebesar 180, maka perusahaan harus tetap mempertahankan pelayanan pemberian training kasir untuk merchant agar merchant tetap merasa puas. Sedangkan untuk indikator kecepatan mesin EDC saat melakukan transaksi mendapatkan nilai terendah sebesar 157, maka dalam hal ini perusahaan harus lebih memperhatikan kendala pada kecepatan mesin dengan

terus memperbaiki produk EDC untuk meningkatkan kecepatan mesin EDC agar merchant tidak merasa kecewa dengan pelayanan perusahaan. Karena semakin baik dan maksimal keandalan yang diberikan PT Bank Rakyat Indonesia akan semakin meningkatkan kepuasan *merchant*.

Pengaruh Assurance (jaminan) terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *assurance* (jaminan) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bentuk *assurance* yang diberikan bank kepada merchant seperti biaya MDR (*Merchant Discount Rate*) yang kompetitif, memberikan kepercayaan kepada *merchant* dalam menangani masalah, dan memberikan mesin EDC pengganti terhadap kerusakan mesin EDC. Variabel *assurance* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan akan tetapi secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka dalam hal ini perusahaan pun harus tetap memperhatikan aspek *assurance* atau jaminan untuk tetap mendukung pelayanan dengan menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan.

Hal ini dapat dilihat bahwa indikator bank memberikan mesin EDC pengganti terhadap kerusakan mesin EDC mendapatkan nilai tertinggi sebesar 170, maka perusahaan harus tetap mempertahankan pelayanan pengganti mesin EDC terhadap kerusakan mesin EDC agar merchant tetap merasa puas. Sedangkan untuk indikator mampu memberikan kepercayaan kepada *merchant* dalam menangani masalah mendapat nilai terendah sebesar 166, maka dalam hal ini perusahaan harus lebih memperhatikan kendala kepercayaan merchant dengan terus berusaha meyakinkan merchant bahwa perusahaan mampu menangani masalah dengan cepat dan tepat. Karena semakin tinggi kepercayaan dan jaminan yang diberikan PT Bank Rakyat Indonesia kepada *merchant* akan semakin meningkatkan kepuasan *merchant*.

Pengaruh Tangible (bukti fisik) terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *tangible* (bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bentuk *tangible* yang diberikan bank kepada merchant seperti kelengkapan menu pelayanan fitur mesin EDC, kondisi sinyal mesin EDC yang baik, dan ketersediaan kertas thermal/struk mesin EDC. Variabel *tangible* dapat mempengaruhi pembentukan image perusahaan dan kenyamanan yang diberikan untuk pelanggan.

Hal ini dapat dilihat bahwa indikator kelengkapan menu

pelayanan fitur mesin EDC mendapatkan nilai tertinggi sebesar 177, maka perusahaan harus tetap mempertahankan pelayanan kelengkapan fitur mesin EDC agar merchant tetap merasa puas. Sedangkan untuk indikator kondisi sinyal mesin EDC yang baik mendapatkan nilai terendah sebesar 151, maka dalam hal ini perusahaan harus lebih memperhatikan kendala mengenai sinyal mesin EDC dengan memperbaiki kualitas produk edc khususnya untuk sinyal mesin EDC. Karena semakin baik bukti fisik yang diberikan PT Bank Rakyat Indonesia kepada *merchant* akan semakin meningkatkan kepuasan *merchant*.

Pengaruh Emphaty (perhatian) terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *emphaty* (perhatian) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bentuk *emphaty* yang diberikan bank kepada merchant seperti bank memberikan *reward* pada *merchant*, bank/vendor memberikan maintenance mesin EDC, dan kemampuan pegawai bank berkomunikasi yang baik dengan *merchant*. Variabel *emphaty* dapat mempengaruhi hubungan personal antara perusahaan dengan pelanggan.

Hal ini dapat dilihat bahwa indikator bank/vendor memberikan maintenance mesin EDC mendapatkan nilai tertinggi sebesar 169, maka perusahaan harus tetap mempertahankan pelayanan pemberian maintenance mesin EDC kepada merchant agar merchant tetap merasa puas. Sedangkan untuk indikator bank memberikan *reward* pada *merchant* mendapatkan nilai terendah sebesar 160, maka dalam hal ini perusahaan harus lebih meningkatkan kepuasan *merchant* dengan sering memberikan *reward* kepada beberapa merchant dengan pencapaian tertentu. Karena semakin tinggi perhatian yang diberikan PT Bank Rakyat Indonesia kepada *merchant* akan semakin meningkatkan kepuasan *merchant*.

Pengaruh Responsiveness (daya tanggap) terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bentuk *responsiveness* yang diberikan bank kepada merchant seperti petugas bank menyelesaikan complain gagal settlement sesuai SLA (*Service Level Agreement*/waktu penyelesaian masalah), petugas bank menyelesaikan complain kerusakan EDC sesuai SLA (*Service Level Agreement*/waktu penyelesaian masalah), dan petugas bank merespon cepat keluhan dari *merchant*. Variabel *responsiveness* dapat mempengaruhi pelayanan

yang responsive dan penyampaian yang jelas kepada *merchant*.

Hal ini dapat dilihat bahwa indikator penyelesaian komplain kerusakan EDC sesuai SLA (*Service Level Agreement*/waktu penyelesaian masalah) mendapat nilai tertinggi sebesar 163, maka perusahaan harus tetap mempertahankan prosedur penyelesaian komplain kerusakan EDC sesuai SLA agar *merchant* tetap merasa puas. Sedangkan untuk indikator penyelesaian komplain gagal settlement sesuai SLA (*Service Level Agreement*/waktu penyelesaian masalah) mendapat nilai terendah sebesar 151, maka dalam hal ini perusahaan harus lebih meningkatkan kecepatan dan ketepatan dalam melakukan penyelesaian komplain gagal settlement sesuai SLA. Karena semakin cepat dan tepat daya tanggap yang diberikan PT Bank Rakyat Indonesia kepada *merchant* akan semakin meningkatkan kepuasan *merchant*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan penelitian yang peneliti sarikan sebagai berikut:

1. Hasil Uji F membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dilihat dari nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ sebesar $61,691 > 2,49$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan nilai koefisien determinasinya pun, kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 90,1%, sedangkan sisanya 9,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.
2. Untuk dimensi kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk memberikan kepuasan pada *merchant* pengguna produk mesin EDC (*Electronic Data Capture*) adalah dimensi *reliability* dengan nilai koefisien regresi paling rendah sebesar -0,161. Sedangkan untuk dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dimensi *emphaty* dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,868.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di kantor pusat PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Jakarta Pusat selama 6 bulan, maka peneliti memberikan beberapa saran untuk menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan. Perlu dilakukan beberapa langkah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai peneliti sampaikan pada paragraf berikut.

Karena pada hasil analisis data pada bab sebelumnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka PT Bank Rakyat Indonesia diharapkan untuk tetap mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanannya. PT Bank Rakyat Indonesia harus memberikan pelayanan yang maksimal dan melampaui harapan pelanggan supaya dapat membangun hubungan yang baik, sehingga akan menciptakan loyalitas pelanggan. Meningkatnya kepuasan pelanggan pun akan meningkatkan laba atau profitabilitas perusahaan dengan terciptanya pembelian ulang karena puas pada pelayanan perusahaan.

Dimensi *reliability* menjadi dimensi yang paling perlu ditingkatkan untuk memberikan kepuasan pada *merchant* pengguna produk mesin EDC (*Electronic Data Capture*). Maka BRI harus lebih memperhatikan keandalan perusahaan dalam memberikan pelayanan mesin EDC khususnya untuk indikator *reliability* yang memiliki nilai terendah yaitu kecepatan mesin EDC saat melakukan transaksi, BRI harus memberikan penanganan masalah mesin EDC yang tepat dan cepat untuk masalah yang dihadapi *merchant* dan terus memperbaiki kualitas kecepatan mesin EDC untuk menjadi lebih baik lagi agar *merchant* merasa puas saat menggunakan mesin EDC. Sedangkan untuk dimensi *emphaty* yang menjadi dimensi paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan / *merchant* harus tetap dipertahankan oleh BRI karena *merchant* merasakan bahwa perhatian yang diberikan BRI dapat memberi kepuasan bagi para *merchant*, khususnya pada indikator kemampuan pegawai bank berkomunikasi yang baik dengan *merchant* dimana pihak bank harus tetap mampu membangun hubungan yang baik dengan *merchant*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Achmadi, Abu dan Narbuko. 2013. *Metode Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ajija, Shochrul R. 2011. *Cara Cerdas Menguasai E-View*. Jakarta: Salemba Empat.
- Andhini, Amelia. (2017). Pengaruh transaksi online shopping dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*. 1(7), 1-23
- Arshad, A.M., & Su, Q. (2015). *Interlinking Service Delivery Innovation And Service Quality: A Conceptual Framework*. *Journal of Applied Business Research*, 31(5), 1807-1822.
- Bahri, Syaiful (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta. Andi

- Gani, Irwan dan Siti Amalia. 2015. *Alat Analisis Data; Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta : Andi.
- Ghazali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariati Dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung : Remaja Rosdakarya Offset.
- Rangkuti, Freddy. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia.
- Rusydi, Mhd. 2017. *Customer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Wijayanti, Titik. 2012. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Edisi ke 2. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Destiana, Harsi Annisa. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Merchant Pada PT Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Area Bekasi Jatiwaringin*.
- Regindha, Gherra. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 06 Ciputat, Kota Tangerang Selatan*.
- Bimasakti. Mengenal Merchant Discount Rate (MDR), <https://www.bm.co.id/blog/mengenal-merchant-discount-rate-mdr/>, diakses 13 November 2017.
- Maulana, Farhan. Mesin EDC - Pengertian, Jenis, Fitur, dan Cara Menggunakan, <http://korantembok.blogspot.com/2016/10/mesin-edc-pengertian-jenis-fitur-dan.html>, diakses 13 Oktober 2016.
- Maulita, Veronika. Mesin EDC: Pengertian, Fungsi, dan Cara Penggunaan, <https://www.futuready.com/artikel/all-about-money/mengenal-mesin-edc-pengertian-fungsi-dan-cara-menggunakannya/>, diakses pada 27 Desember 2018.
- Tedi. BRI catat 62 juta transaksi mesin EDC hingga kuartal III 2019, <https://keuangan.kontan.co.id/news/bri-catat-62-juta-transaksi-mesin-edc-hingga-kuartal-iii-2019>, diakses pada 14 November 2019.