

## **Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Metode *Index Potential Gain Customer Value* (PGCV)**

**Cindy Sekar Arum<sup>\*1</sup>, Sri Ramadhani<sup>2</sup>, Muhammad Ikhsan Harahap<sup>3</sup>**

<sup>\*1,2,3</sup>*UIN Sumatera Utara*

<sup>\*1</sup>*email: [cindysekararum067@gmail.com](mailto:cindysekararum067@gmail.com)*

<sup>2</sup>*email: [sriramadhani594@gmail.com](mailto:sriramadhani594@gmail.com)*

<sup>3</sup>*email: [m.ihсан.harahap@uinsu.ac.id](mailto:m.ihсан.harahap@uinsu.ac.id)*

---

**Keywords:**

*Service Quality, Index Potential Gain Customer Value, Customer Satisfaction, Bank Sumut Syariah*

---

**ABSTRACT**

This study aims to see and analyze the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Bank SUMUT KCP Sharia Trading in Simalungun Regency using the Index Potential Gain Customer Value method. The research method used in this study is the PGCV method. In addition to supporting this method, a quantitative approach is also used in this study to strengthen the research results. The sample used was 100 people, with a Likert scale-based questionnaire for data collection. Based on the results of the tests conducted, it is said that service quality has a significant effect on customer satisfaction as evidenced by t count  $10.578 > t$  table 1.984 with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . As well as with the help of Cartesian diagrams the customer's top priority, namely quadrants I and II which are considered influential for the customer. Quadrant I includes (R<sub>2</sub>, R<sub>3</sub>, R<sub>5</sub>, T<sub>3</sub>, E<sub>3</sub>) services must be improved to support customer satisfaction at PT. Bank Sumut Trade Sharia KCP Simalungun Regency.

---

**Kata Kunci:**

*Kualitas Pelayanan, Index Potential Gain Customer Value, Kepuasan Nasabah, Bank Sumut Syariah*

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank SUMUT KCP Syariah Perdagangan Kabupaten Simalungun dengan menggunakan metode Index Potential Gain Customer Value. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode PGCV selain itu untuk mendukung metode tersebut pendekatan kuantitatif digunakan pula dalam penelitian ini untuk memperkuat hasil penelitian. Sampel yang digunakan yaitu 100 orang, dengan penyebaran kuesioner berbasis skala likert untuk pengumpulan data. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan t hitung  $10,578 > t$  tabel 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Serta dengan bantuan diagram kartesius prioritas utama nasabah yaitu kuadran I dan II yang dianggap berpengaruh untuk nasabah. Kuadran I meliputi (R<sub>2</sub>, R<sub>3</sub>, R<sub>5</sub>, T<sub>3</sub>, E<sub>3</sub>) harus

---

ditingkatkan pelayanannya untuk mendukung kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Perdagangan Kabupaten Simalungun.

---

## **PENDAHULUAN**

Di era globalisasi, persaingan dunia usaha semakin ketat, dan para pemasar dituntut untuk tampil tidak hanya dalam kualitas produk tetapi juga kualitas pelayanan sebagai pemenang persaingan. Penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perbankan adalah untuk memberikan kualitas pelayanan yang setinggi-tingginya kepada nasabah, dan tujuannya adalah untuk menciptakan kepuasan nasabah dengan sendirinya.

Kualitas pelayanan menurut Kotler adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan bergantung pada kepuasan nasabahnya (Kotler & Keller, 2010). seorang nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, sebaliknya nasabah akan merasa kecewa apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan (Kotler, 2002).

Kepuasan nasabah menurut Fandy Tjiptono adalah evaluasi purnabeli di mana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2004).

Beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan seperti: *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan bank dalam memberikan layanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta memuaskan nasabahnya. *Assurance* (Jaminan), adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu bukti fisik dan menjadi bukti awal yang bisa ditunjukkan oleh organisasi penyedia layanan yang ditunjukkan oleh tampilan gedung, fasilitas fisik pendukung, perlengkapan, dan penampilan pekerja. *Empathy* (Komunikasi), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para nasabah, komunikasi yang baik, perhatian personal dan memahami kebutuhan para nasabah, serta memiliki jam operasi yang nyaman. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta memberikan layanan secara cepat dan tanggap.

Keberhasilan suatu perusahaan perbankan tergantung pada kualitas pegawainya, karena sifat dunia perbankan yang sangat teknis. Oleh karena itu sebuah bank membutuhkan pegawai (*front liner*) yang merupakan batu loncatan dalam sistem pemberian layanan. Seluruh pegawai bank khususnya pegawai yang bekerja di garda terdepan seperti *customer service*, *teller*, dan *security* harus memiliki motivasi yang tinggi dan tanggung jawab penuh dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah (IKB (Ikatan Bankir Indonesia), 2004).

PT. Bank SUMUT Syariah KCP Perdagangan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabah dengan mengoptimalkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Menurut penulis strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang terlihat dalam kinerja yang tinggi dari pelayanan yang ada. Seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat mengenai kebutuhan akan jasa dan layanan yang berkualitas, maka hal ini merupakan tantangan bagi PT. Bank SUMUT Syariah KCP Perdagangan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya.

**Tabel 1 Jumlah Nasabah PT. Bank SUMUT Syariah KCP Perdagangan Tahun 2017-2021**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2018	1.076
2019	1.852
2020	2.496
2021	3.013

Sumber: Bank Sumut KCP Syariah Perdagangan.

Dari data jumlah nasabah tabel 1.1 diatas faktor yang menyebabkan kenaikan jumlah nasabah juga dilihat dari bertambahnya jumlah penduduk yang berpindah tempat di daerah sekitar bank yang sebelumnya juga menggunakan jasa Bank SUMUT Syariah. Namun dalam observasi yang penulis lakukan pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Perdagangan dari beberapa pernyataan nasabah yang penulis wawancarai bahwa pelayanan yang diberikan bank masih belum baik dan masih terdapat banyak keluhan nasabah.

Adapun beberapa keluhan dari nasabah seperti: lamanya karyawan dalam melayani nasabah, terjadinya antrian cukup panjang, kurangnya fasilitas yang disediakan bank untuk nasabahnya, lingkungan fisik yang kurang mendukung utamanya

ruang tunggu dengan tempat duduk yang terbatas, tempat parkir yang kurang luas, dan kurang tanggapnya *security* dalam mengatasi masalah dan keluhan nasabah.

Berdasarkan keluhan para nasabah penelitian ini dirancang untuk menguji tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berupa kepatuhan, jaminan, bukti fisik, perhatian dan daya tanggap berpengaruh pada kepuasan nasabah serta untuk melihat faktor apa saja yang dapat digunakan sebagai peningkatan kualitas pelayanan yang dicari menggunakan metode *index potential gain customer value* pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Perdagangan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Penelitian kali ini juga pernah dibahas di beberapa penelitian sebelumnya yang sama-sama membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, untuk memperkuat penelitian ini dan melihat perbedaan antara penelitian sebelumnya, maka peneliti akan menjabarkan penelitian terkait sebagai berikut:

Pada penelitian terdahulu dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Indeks Potential Gain Customer Value* (PGCV) pada Kantor Pos Purworejo 54100 yang dilakukan oleh (Haryanto, Zulvia, & Setiawan, 2020). Menggunakan kuadran IPA menghasilkan 7 indikator. Semakin besar nilai PGCV maka akan menjadi prioritas untuk diperbaiki, adapun urutan perbaikannya: Tanggapan terhadap saran dan keluhan, keamanan dari setiap kehilangan atau kerusakan barang, prosedur pelayanan yang tidak membingungkan, kemampuan pegawai memecahkan masalah pelanggan, ketepatan jam kerja, kemampuan pegawai dalam berkomunikasi, kemudahan akses lokasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kantor POS Purworejo masih perlu melakukan perbaikan terhadap indikator tersebut yang sesuai dengan peringkat dalam indeks PGCV.

Selanjutnya pada penelitian (Pasaribu, Harmaja, Perangin-Angin, & Lahagu, 2021), berjudul Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Bank perkreditan Rakyat menggunakan Metode Service Quality Dan Index Potential Gain Customer Value. Hasil PGCV bahwa nilai keinginan konsumen dan nilai pencapaian diantaranya dimensi Reliability 3,603, dimensi Responsive 3,078, dimensi Assurance 3,011, Tangible 2,961 dimensi Emphaty 2,728. PGCV terbesar terjadi pada dimensi Reliability sebesar 3,603.

Secara rata-rata tingkat kualitas pelayanan masih perlunya perbaikan karena PGCV antara nilai keinginan nasabah dan nilai pencapaian setiap dimensi adalah sebesar 3,076.

Penelitian lainnya dilakukan oleh (Sarasabella & Sumiati, 2021) dengan judul Analisis Kualitas Layanan Berdasarkan Perilaku Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Potential Gain In Customer Value (PgcV) Di Pt. Ustegra. Menggunakan metode CSI didapatkan nilai IKP yaitu 42,73% atau 0,4273 yang berada pada kisaran 0,35 - 0,50 yang artinya kurang puas berdasarkan IKP. selanjutnya dilakukan pemeringkatan dengan metode PGCV maka diperoleh peringkat sebagai rekomendasi strategi perbaikan yaitu (D3) sebesar 14,3372, (D4) sebesar 13,794, (E1) sebesar 13,6406, (E2) sebesar 13,6406, (A2) sebesar 13,584. Strategi perbaikan untuk meningkatkan kinerja PT. Ustegra yaitu, untuk kedepannya memberikan estimasi waktu pengerjaan yang lebih lama dari estimasi waktu yang sebenarnya sehingga pelanggan merasa pengerjaan di PT. Ustegra ini cepat. Kedua, membentuk tim khusus untuk merespon masalah yang timbul sehingga langsung ditangani dan tidak mengganggu bagian yang lain.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran kuantitatif dan kualitatif yang diorientasikan untuk mengungkapkan kesenjangan antara penilaian dengan harapan nasabah terhadap kualitas jasa pelayanan pada Bank Sumut Syariah (Syahputra & Fatimah., 2020). Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) (Indriantoro & Suomo, 2002). Peneliti langsung turun ke tempat penelitian menyebarkan angket kepada responden dan wawancara dengan informan serta observasi langsung. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masing-masing sebesar 3.013 populasi dan 100 dipilih dengan rumus *slovin* sebagai sampel.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran angket atau kuesioner berbasis skala *likert* dengan ketentuan masing-masing pernyataan diberi skor 1 sampai 5 dengan bobot masing-masing pernyataan sebagai berikut:

**Tabel 2 Kriteria Penilaian Kuesioner *Importance* dan *Performance***

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Penting/Puas (SP)	5

Penting/Puas (P)	4
Kurang Penting/Puas (KP)	3
Tidak Penting/Puas (TP)	2
Sangat Tidak Penting/Puas (STP)	1

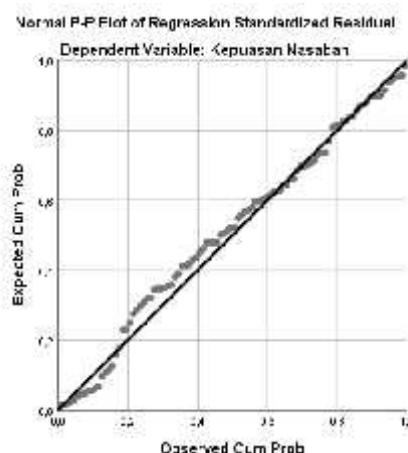
Selain itu wawancara dan dokumentasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk memperkuat penelitian. PGCV merupakan metode yang digunakan untuk melihat kepuasan dari kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan kepada para nasabahnya. Untuk itu metode ini akan membantu memudahkan dalam menentukan kekurangan dari suatu pelayanan yang diberikan di perusahaan dalam kasus ini yaitu Bank Sumut KCP Syariah Perdagangan. Indeks PGCV dari setiap variabel/dimensi pelayanan tergantung dari dua faktor yaitu *Achieved Customer Value (ACV)* yang merupakan suatu nilai tingkat performansi yang diperoleh dengan mengalikan nilai tingkat kepentingan dengan nilai tingkat performansi yang diperoleh dari suatu survei dan *Ultimately Desired Customer Value (UDCV)* yaitu suatu nilai yang diperoleh dengan mengalikan tingkat performansi yang tinggi yang paling mungkin dari skala penelitian yang dibuat.

Penelitian berbasis angka seperti kuantitatif menggunakan beberapa metode atau pengujian untuk melihat pengaruh dari sebuah variabel tertentu, uji-uji ini antara lain yaitu uji asumsi klasik, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Penelitian ini menjadikan variabel *tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan empathy* sebagai variabel independen yang menjadi bagian dari kualitas pelayanan. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas



**Gambar 1 Uji Normalitas P-Plot**

Dari gambar 4.3 diatas dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut terdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat hubungan yang signifikan antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Pendektisiannya digunakan dengan toleransi value  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas (Perdana, 2016).

**Tabel 3 Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

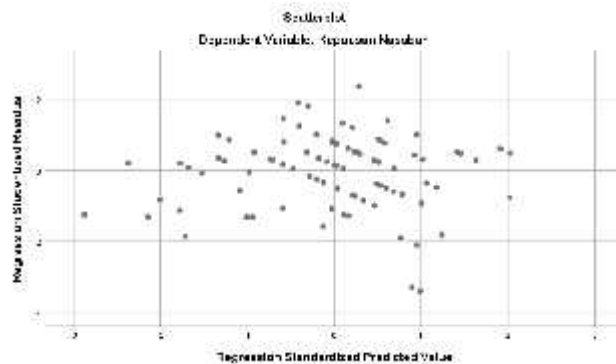
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
Tangible	,462	2,162
Reability	,444	2,254
Responsiveness	,507	1,972
Assurance	,407	2,458
Empathy	,513	1,951

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Olah data SPSS 25.

Berdasarkan uji diatas dapat diketahui bahwa setiap variabel independen tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai tolerance variabel kualitas pelayanan faktor tangible lebih besar dari 0,1 ( $0,462 > 0,1$ ) serta nilai VIF sebesar  $2,162 < 10$ , nilai tolerance variabel kualitas pelayanan faktor reability  $> 0,1$  ( $0,444 > 0,1$ ) serta nilai VIF sebesar  $2,254 < 10$ , dan nilai tolerance variabel kualitas pelayanan faktor responsiveness  $> 0,1$  ( $0,507 > 0,1$ ) serta nilai VIF sebesar  $1,972 < 10$ , nilai tolerance variabel kualitas pelayanan faktor assurance  $> 0,1$  ( $0,407 > 0,1$ ) serta nilai VIF sebesar  $2,458 < 10$ , nilai tolerance variabel kualitas pelayanan faktor empathy  $> 0,1$  ( $0,513 > 0,1$ ) serta nilai VIF sebesar  $1,951 < 10$ .

**Uji Heterokedastisitas**



**Gambar 2 ScatterPlot Heterokedastisitas Performance**

Berdasarkan gambar diatas dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gangguan atau masalah heterokedastisitas pada penelitian ini, karena hasil uji menunjukkan bahwa data tersebar secara rancu dan menyebar diantara angka 0 baik diatas maupun dibawah. Itu artinya *variance* data yang digunakan tidak bermasalah dan penelitian layak untuk dilanjutkan.

**Uji Hipotesis**

**Uji t (Parsial)**

Uji t parsial digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara parsial terhadap variabel *dependen*. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( = 5%) (Ghozali, 2018). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

$H_a$  diterima: jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen.

**Tabel 4 Uji t (Parsial)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,749	1,835		,953	,343
	Tangible	,212	,136	,161	1,564	,121



Reability	,176	,091	,204	1,935	,056
Responsiveness	,112	,159	,070	,707	,482
Assurance	,207	,097	,236	2,142	,035
Empathy	,338	,160	,207	2,109	,038

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Olah data SPSS 25.

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat dilihat nilai t hitung dan signifikansi setiap variabel independen yang kemudian akan disimpulkan berdasarkan hipotesis t sebagai berikut:

1. Variabel *tangible* memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,121 > 0,05$  maka variabel *tangible* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dengan demikian  $H_1$  ditolak.
2. Variabel *reability* memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,056 > 0,05$  maka variabel *reability* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dengan demikian  $H_2$  diterima.
3. Variabel *responsiveness* memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,482 > 0,05$  maka variabel *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dengan demikian  $H_3$  ditolak.
4. Variabel *assurance* memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,035 < 0,05$  maka variabel *assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dengan demikian  $H_4$  diterima.
5. Variabel *empathy* memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,038 < 0,05$  maka variabel *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dengan demikian  $H_5$  diterima.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur besaran presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besar koefisien determinasi yaitu 0 sampai 1. Semakin mendekati 0 maka pengaruh variabel bebas semakin kecil. Sebaliknya jika nilainya mendekati 1 maka pengaruh variabel bebas semakin besar (Sujarweni, 2014).

**Tabel 5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,733 <sup>a</sup>	,537	,513	1,636

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangible, Responsiveness, Reability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Olah data SPSS 25.

Untuk koefisien determinasi dengan variabel kualitas pelayanan dengan faktor, *tangible, reability, responsiveness, assurance*, dan *empathy* dilihat dari nilai *Adjusted R Square* variabel-variabel bebas memiliki pengaruh sebesar 0,513 secara simultan. Hal ini menjelaskan bahwasannya variabel terikat kepuasan nasabah mendapatkan pengaruh dari variabel bebas kualitas pelayanan sebesar 51,3% sedangkan nilai sebesar 48,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

***Index Potential Gain Customer Value (PGCV)***

Setelah melakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas didapatkanlah hasil yang baik serta tidak ada masalah dalam ketiga uji tersebut, selanjutnya dilakukan penilaian kepuasan dengan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value (PGCV)* yang terdiri dari penentuan nilai *Achive Customer Value (ACV)* dan *Ultimately Desire Customer Value (UDCV)*, sebagai berikut:

1. Perhitungan *Achive Customer Value (ACV)* dan *Ultimately Desire Customer Value (UDCV)*

**Tabel 6 Perhitungan ACV dan UDCV**

Atribut Pernyataan	Importance (Y)	Performance (X)	ACV = (X) × (Y)	UDCV = Y × Xmax
T <sub>1</sub>	4,09	4,07	16,646	20,450
T <sub>2</sub>	4,07	4,13	16,809	20,350
T <sub>3</sub>	4,14	4,17	17,264	20,700
T <sub>4</sub>	4,27	4,36	18,617	21,350
R <sub>1</sub>	4,17	4,23	17,639	20,850
R <sub>2</sub>	4,34	4,17	18,098	21,700
R <sub>3</sub>	4,32	4,06	17,539	21,600
R <sub>4</sub>	4,28	4,28	18,318	21,400

<b>R<sub>5</sub></b>	4,18	4,21	17,598	20,900
<b>R<sub>6</sub></b>	4,07	4,27	17,379	20,350
<b>RS<sub>1</sub></b>	4,02	4,24	17,045	20,100
<b>RS<sub>2</sub></b>	4,19	4,28	17,933	20,950
<b>RS<sub>3</sub></b>	4,16	4,23	17,597	20,800
<b>A<sub>1</sub></b>	3,98	4,11	16,358	19,900
<b>A<sub>2</sub></b>	4,01	4,29	17,203	20,050
<b>A<sub>3</sub></b>	4,11	4,23	17,385	20,550
<b>A<sub>4</sub></b>	4,08	4,41	17,993	20,400
<b>A<sub>5</sub></b>	4,09	4,2	17,178	20,450
<b>A<sub>6</sub></b>	4,14	4,27	17,678	20,700
<b>E<sub>1</sub></b>	4,03	4,21	16,966	20,150
<b>E<sub>2</sub></b>	4,24	4,26	18,062	21,200
<b>E<sub>3</sub></b>	4,16	4,22	17,555	20,800

Sumber: Data diolah.

2. Nilai *Index Potential Gain Customer Value* (PGCV)

Setelah diketahui nilai dari ACV dan UDCV dari setiap atribut pernyataan kuesioner, maka akan dilakukan penetapan nilai dan pemeringkatan atribut PGCV. Ketika nilai peringkat dari setiap atribut telah ditentukan maka akan dibuat kesimpulan mengenai atribut mana yang menjadi prioritas nasabah dan perbaikan apa yang harus dilakukan untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan pada Bank Sumut KCP Syariah Perdagangan Simalungun. Nilai atribut dan pemeringkatan PGCV dapat dilampirkan sebagai berikut:

**Tabel 7 Nilai PGCV dan Prioritasnya**

<b>Atribut Pernyataan</b>	<b>ACV</b>	<b>UDCV</b>	<b>PGCV = UDCV - ACV</b>	<b>Priortitas</b>
<b>T<sub>1</sub></b>	16,646	20,450	3,804	2
<b>T<sub>2</sub></b>	16,809	20,350	3,541	5
<b>T<sub>3</sub></b>	17,264	20,700	3,436	6
<b>T<sub>4</sub></b>	18,617	21,350	2,733	21
<b>R<sub>1</sub></b>	17,639	20,850	3,211	10
<b>R<sub>2</sub></b>	18,098	21,700	3,602	3
<b>R<sub>3</sub></b>	17,539	21,600	4,061	1

<b>R<sub>4</sub></b>	18,318	21,400	3,082	15
<b>R<sub>5</sub></b>	17,598	20,900	3,302	7
<b>R<sub>6</sub></b>	17,379	20,350	2,971	19
<b>RS<sub>1</sub></b>	17,045	20,100	3,055	16
<b>RS<sub>2</sub></b>	17,933	20,950	3,017	18
<b>RS<sub>3</sub></b>	17,597	20,800	3,203	11
<b>A<sub>1</sub></b>	16,358	19,900	3,542	4
<b>A<sub>2</sub></b>	17,203	20,050	2,847	20
<b>A<sub>3</sub></b>	17,385	20,550	3,165	13
<b>A<sub>4</sub></b>	17,993	20,400	2,407	22
<b>A<sub>5</sub></b>	17,178	20,450	3,272	8
<b>A<sub>6</sub></b>	17,678	20,700	3,022	17
<b>E<sub>1</sub></b>	16,966	20,150	3,184	12
<b>E<sub>2</sub></b>	18,062	21,200	3,138	14
<b>E<sub>3</sub></b>	17,555	20,800	3,245	9

Sumber: Data diolah.

Dapat diketahui pemeringkatan setiap atribut berdasarkan tabel diatas dan peringkat tertinggi merupakan prioritas utama bagi nasabah, berikut peneliti jabarkan pernyataan-pernyataan yang dijadikan acuan kuesioner dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 7 Atribut Pernyataan Berdasarkan Prioritas**

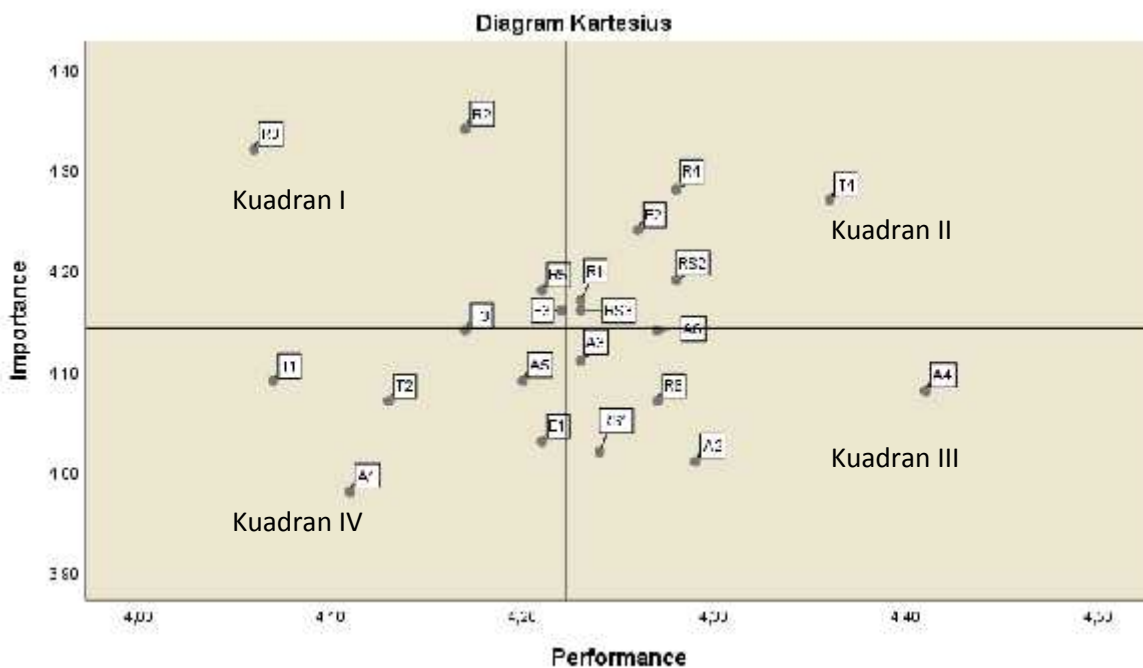
<b>Pernyataan</b>	<b>Prioritas</b>
Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan kepada semua nasabah ( <b>R<sub>3</sub></b> )	<b>1</b>
Lokasi Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan strategis dan mudah di jangkau ( <b>T<sub>1</sub></b> )	<b>2</b>
Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan melayani nasabah sesuai dengan janjinya ( <b>R<sub>2</sub></b> )	<b>3</b>
Pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk) ( <b>A<sub>1</sub></b> )	<b>4</b>
Bank SUMUT Kcp Syariah perdagangan memiliki fasilitas	<b>5</b>

yang menarik, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya: mesin ATM, ruang tunggu, tempat parkir, dll) ( <b>T<sub>2</sub></b> )	
Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan menggunakan peralatan yang canggih dan modern ( <b>T<sub>3</sub></b> )	<b>6</b>
Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan ( <b>R<sub>5</sub></b> )	<b>7</b>
Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah ( <b>A<sub>5</sub></b> )	<b>8</b>
pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah ( <b>E<sub>3</sub></b> )	<b>9</b>
Informasi yang diberikan Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan mudah dimengerti dan dipahami ( <b>R<sub>1</sub></b> )	<b>10</b>
Pegawai Bank Sumut memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah ( <b>RS<sub>3</sub></b> )	<b>11</b>
Pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi ( <b>E<sub>1</sub></b> )	<b>12</b>
Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi ( <b>A<sub>3</sub></b> )	<b>13</b>
Pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan penuh perhatian dan sabar dalam melayani nasabah ( <b>E<sub>2</sub></b> )	<b>14</b>
Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya ( <b>R<sub>4</sub></b> )	<b>15</b>
<i>Customer service</i> melayani anda dengan cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah ( <b>RS<sub>1</sub></b> )	<b>16</b>
Staff Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat ( <b>A<sub>6</sub></b> )	<b>17</b>
Pegawai menciptakan suasana nyaman dan mampu berkomunikasi dengan nasabah secara efektif ( <b>RS<sub>2</sub></b> )	<b>18</b>

Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh Teller Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan (R <sub>6</sub> )	<b>19</b>
Pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien (A <sub>2</sub> )	<b>20</b>
Pegawai Bank Berpenampilan Rapi dan Menarik (T <sub>4</sub> )	<b>21</b>
Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan dapat menyimpan data nasabah dengan benar dan akurat (A <sub>4</sub> )	<b>22</b>

Sumber: Data diolah.

Setelah melakukan pemeringkatan dan menentukan prioritas dari setiap peringkat variabel yang ada. Untuk mempermudah menentukan variabel atau faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah maka disajikan diagram kartesius berikut untuk mempermudah dalam penarikan kesimpulannya.



**Gambar 3 Diagram Kartesius PGCV**

Dari diagram kartesius pada gambar 4.3 diatas dapat dilihat letak variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan pada Bank Sumut KCP Syariah Perdagangan Simalungun dapat dibagi menjadi 4 bagian, berdasarkan importance dan performance masing-masing variabel. Adapun interpretasi dari diagram kartesius akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran I

Menunjukkan faktor-faktor yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, akan tetapi pelaksanaannya belum optimal dan belum memuaskan pelanggan (kinerja perusahaan rendah, harapan pelanggan tinggi). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini adalah:

- a. Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan melayani nasabah sesuai dengan janjinya ( $R_2$ ).
- b. Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan kepada semua nasabah ( $R_3$ ).
- c. Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan ( $R_5$ ).
- d. Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan menggunakan peralatan yang canggih dan modern ( $T_3$ ).
- e. pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah ( $E_3$ ).

## 2. Kuadran II

Menunjukkan faktor-faktor yang perlu dipertahankan, karena pelaksanaan variabel tersebut diterapkan sesuai dengan kemauan pelanggan atau nasabah, sehingga dapat memuaskan pelanggan (kinerja perusahaan tinggi, harapan pelanggan tinggi). Variabel yang termasuk dalam kuadran II ini adalah:

- a. Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya ( $R_4$ ).
- b. Pegawai Bank Berpenampilan Rapi dan Menarik ( $T_4$ ).
- c. Pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan penuh perhatian dan sabar dalam melayani nasabah ( $E_2$ ).
- d. Informasi yang diberikan Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan mudah dimengerti dan dipahami ( $R_1$ ).
- e. Pegawai menciptakan suasana nyaman dan mampu berkomunikasi dengan nasabah secara efektif ( $RS_2$ ).
- f. Pegawai Bank Sumut memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah ( $RS_3$ ).

## 3. Kuadran III

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diterapkan untuk kepuasan nasabah ternyata dinilai kurang penting bagi nasabah, dan pelaksanaan yang dilakukan pihak

bank/perusahaan dinilai biasa saja atau cukup. Adapun variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran III ini adalah:

- a. Staff Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat ( $A_6$ ).
- b. Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi ( $A_3$ ).
- c. Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan dapat menyimpan data nasabah dengan benar dan akurat ( $A_4$ ).
- d. Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh Teller Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan ( $R_6$ ).
- e. *Customer service* melayani anda dengan cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah ( $RS_1$ ).
- f. Pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien ( $A_2$ ).

#### 4. Kuadran IV

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting bagi nasabah, akan tetapi penerapan yang dilakukan perusahaan/bank tergolong sangat baik, sehingga faktor tersebut menambah nilai yang baik bagi nasabah untuk perusahaan. Faktor-faktor yang dimaksud dalam kuadran ini adalah:

- a. Lokasi Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan strategis dan mudah di jangkau ( $T_1$ ).
- b. Bank SUMUT Kcp Syariah perdagangan memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya: mesin ATM, ruang tunggu, tempat parkir, dll) ( $T_2$ ).
- c. Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah ( $A_5$ ).
- d. Pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi ( $E_1$ ).
- e. Pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk) ( $A_1$ ).

## **KESIMPULAN**



Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa hanya variabel *assurance* dan *empathy* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Perdagangan Simalungun sedangkan variabel yang lainnya tidak mempengaruhi. Berdasarkan hasil perhitungan PGCV untuk kualitas pelayanan ditemukan bahwa pemeringkatan untuk variabel pernyataan R<sub>2</sub> (Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan melayani nasabah sesuai dengan janjinya), R<sub>3</sub> (Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan kepada semua nasabah), R<sub>5</sub> (Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan), T<sub>3</sub> (Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan menggunakan peralatan yang canggih dan modern), dan E<sub>3</sub> (pegawai Bank SUMUT Kcp Syariah Perdagangan bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah). mendapatkan peringkat pertama dan kedua yang artinya berdasarkan kuadran I kelima atribut tersebut menjadi prioritas utama bagi nasabah dan harus dilakukan perbaikan secara menyeluruh agar kepuasan nasabah bisa tetap ditingkatkan dan terjaga.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, N. D., Zulvia, P., & Setiawan, B. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Kuadran Importance Performance Analysis (IPA) dan Indeks Potential Gain Customer Value (PGCV) pada Kantor Pos Purworejo 54100. *Jurnal Progress Conference*, 4(1), 1–15.
- IKB (Ikatan Bankir Indonesia). (2004). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Indriantoro, N., & Suomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Jakarta: BPFE.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pasaribu, C., Harmaja, O. J., Perangin-Angin, M. B., & Lahagu, Y. B. (2021). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Bank perkreditan Rakyat menggunakan Metode Service Quality Dan Index Potential Gain Customer Value. *JUSIKOM PRIMA*, 5(1), 7–14.
- Perdana, E. K. (2016). *Olah Data Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB.

Sarasabella, N., & Sumiati. (2021). Analisis Kualitas Layanan Berdasarkan Perilaku Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Potential Gain In Customer Value (PgcV) Di Pt. Ustegra. *Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 2(2), 16–32.

Sujarweni, W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Syahputra, D., & Fatimah., S. (2020). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Medan: CV. Widya Puspita.

Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.