

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH TABUNGAN

( Studi kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Buton Utara )

**Mutmainnah**

*email : mutmainnahinnah879@gmail.com*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara (2) Untuk menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara (3) Untuk menganalisis apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara (4) untuk menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh tidak langsung secara signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara.

Populasi penelitian ini adalah nasabah yang telah menabung di BRI Cabang Buton Utara yang lebih dari tiga kali menabung di BRI Buton Utara. Penelitian ini berlangsung selama bulan Agustus – November 2017. Jumlah populasi nasabah tabungan. Jumlah sampel ditentukan dengan pendekatan Sugiyono dengan jumlah sampel 88 nasabah tabungan. Dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Pengujian dilakukan kepada 3 (tiga) variabel yaitu kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas.

Dari hasil analisis disimpulkan bahwa (1) Kualitas layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Buton Utara (2) Kualitas layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Buton Utara (3) Kepuasan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Buton Utara (4) Kualitas layanan berpengaruh tidak langsung secara signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah BRI Cabang Buton Utara.

**Kata Kunci : Kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas**

### ABSTRACT

*This study aims (1) to analyze whether the significant effect of service quality on customer satisfaction Savings PT. Rakyat Indonesian Bank Branch North Buton (2) To analyze whether the significant effect of service quality on customer loyalty Savings PT. Rakyat Indonesian Bank Branch North Buton (3) To analyze whether the effect of customer satisfaction on customer loyalty Savings PT. Rakyat Indonesian Bank Branch North Buton (4) to analyze whether the indirect effect of service quality significantly influence customers' loyalty through satisfaction Savings PT. Rakyat Indonesian Bank Branch North Buton.*

*The population of this study are customers who have savings in BRI Branch North Buton more than three times the savings in BRI North Buton. This study took place during the months of August - November 2017. Total population 734 customer savings. The number of samples is determined by the number of samples approaches Sugiyono 88 customer savings. With purposive sampling method. Tests carried out to three (3) variables of service quality, satisfaction and loyalty.*

*From the analysis it was concluded that (1) The quality of service is directly significant effect on customer satisfaction BRI Branch North Buton (2) Quality of service is a significant direct effect on customer loyalty BRI Branch North Buton (3) Satisfaction significant direct effect on customer loyalty BRI Branch North Buton (4) Quality of service is a significant indirect effect on customer loyalty through satisfaction BRI Branch North Buton.*

**Keywords : Quality of service, satisfaction and loyalty**

**A. Pendahuluan**

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditandai dengan pertumbuhan industri perbankan yang ada dalam negara tersebut. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara itu sendiri. Sektor perbankan sangat penting bagi perekonomian Indonesia, karena sektor perbankan bertindak sebagai agen pembangunan. Perbankan merupakan suatu lembaga yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan perekonomian, Bank sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan jasa penyimpanan juga perlu memfokuskan pada kualitas layanan untuk mencapai kepuasan nasabahnya.

BRI telah menyiapkan strategi untuk menjadikannya sebagai Bank Masa Kini dan Masa Depan untuk mengantisipasi persaingan yang semakin tajam. Salah satu wujud nyata dari strateginya, BRI menghimpun dana masyarakat dengan menawarkan berbagai jenis produk simpanan,

BRI berusaha untuk terus meningkatkan kinerjanya, agar masyarakat semakin percaya dan loyal kepada BRI. Dalam *Corporate Plan* BRI 2003-2007, BRI menentukan visi “Menjadi bank terkemuka dengan mengutamakan kepuasan nasabah”. Salah satu misi untuk mencapai visinya adalah memberikan pelayanan prima kepada nasabah. Sugema (2005).

PT. BRI ialah bank komersil terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah, melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat. PT BRI Cabang Buton Utara juga memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh SDM yang profesional.

Perkembangan Nasabah Tabungan pada PT. BRI Cabang Buton Utara  
 Periode 2011 - 2017

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan (Orang)	Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan (%)
2011	753	12,21 %
2012	877	14,22 %
2013	894	14,49 %
2014	937	15,19 %
2015	978	15,86 %
2016	993	16,10 %
2017	734	11,90 %
Jumlah	6.166	

Keberhasilan bank untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain kualitas layanan baik secara langsung maupun dimediasi oleh peran peningkatan kepuasan pelanggan. Zeithalm dan Bitner (2004) bahwa kepuasan dan ketidkpuasan pelanggan merupakan dampak dari hasil penilaian

pelanggan atas kualitas layanan dan nilai yang ditawarkan oleh perusahaan. Fandi Tjiptono, (2005) menyatakan kualitas layanan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan, *word-of-mouth*, pembelian ulang, loyalitas, pangsa pasar, dan profitabilitas. Senada dengan pendapat Kotler (2000) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dibangun melalui kualitas barang/jasa, pelayanan dan nilai pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menciptakan kualitas layanan yang unggul harus didukung sumber daya manusia yang handal dan teknologi yang memadai.

Mengacu pada implikasi dan rekomendasi penelitian terdahulu, maka dipandang perlu adanya penelitian lanjutan khususnya pada jasa layanan industri perbankan. Fenomena yang terjadi pada obyek penelitian menunjukkan bahwa kunci utama memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan sikap positif kepada pelanggan melalui penyampaian jasa layanan yang berkualitas. Sehingga industri perbankan khususnya BRI Cabang Buton Utara mempunyai peranan yang strategis yang dipercayakan dapat memberikan jasa pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara memuaskan dan pada akhirnya konsumen akan loyal. Tidak dapat dipungkiri dukungan atribut kualitas pelayanan sangat penting dalam peningkatan kepuasan pelanggan.

Pada sisi lain, industri jasa yang bergerak di bidang Perbankan di Buton Utara harus dapat mencermati dan tanggap terhadap perilaku konsumen atau apa yang menjadi keluhan konsumen atas kualitas layanan jasa yang ditawarkan. Hal ini dapat dilihat dan diketahui dari perilaku konsumen sesudah menggunakan jasa layanan tersebut. Perilaku merupakan salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan produk atau jasa. Apabila tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan tidak baik, maka jumlah pelanggan akan mencari alternatif lain untuk mendapatkan pelayanan. Oleh karena itu kuat lemahnya suatu perusahaan dipasaran tergantung pada kemampuan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya sehingga ada akhirnya pelanggan akan loyal melalui barang/jasa yang ditawarkan.

Melihat latar belakang yang terjadi dimana terjadi pemisah antara suatu yang seharusnya diharapkan dengan yang dirasakan atau kenyataan yang diterima nasabah. Hal inilah yang mendorong peneliti ingin melaksanakan penelitian yang berjudul "*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Buton Utara*".

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara?

3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara.

### D. Landasan Teori

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (kotler, 2007 : 6). Definisi pemasaran ini berdasarkan pada konsep kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), permintaan (*demand*), produk (*products*), pertukaran (*exchange*), transaksi dan pasar.

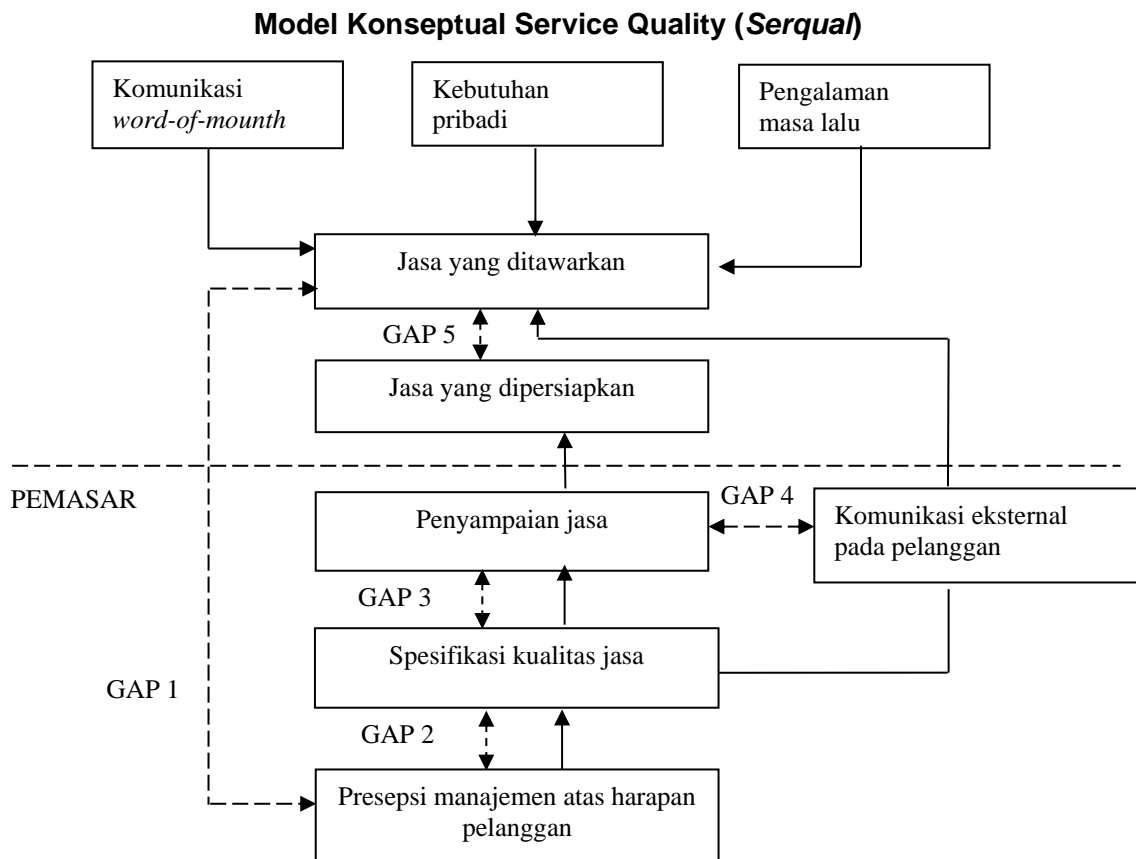
Menurut Kotler (1997 : 83) jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangibile* yang tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produknya jasa bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik.

Tjiptono (1997 : 83) mendefinisikan jasa sebagai : Suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur keberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikan. Perubahan kondisi mungkin saja terjadi dan produksi jasa berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produksi fisik.

Menurut kuncoro (2002 : 349), jasa bank adalah semua kegiatan bank, baik yang langsung maupun tidak langsung, yang berkaitan dengan fungsi bank sebagai lembaga yang memperlancar pembayaran transaksi perdagangan, fungsi bank sebagai lembaga yang memperlancar peredaran uang serta fungsi bank yang memberikan jaminan kepada nasabah nasabahnya, baik yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan keuntungan kepada bank, dalam bentuk keuntungan financial maupu

Zethaml,et al.,(1990) dalam Fandy Tjiptono (2005) berpendapat bahwa terdapat pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan terhadap harapan para pelanggan yang berdasarkan informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk

promosi perusahaan lainnya) dengan kenyataan yang mereka terima. Zethaml, *et al.*, (1990) mengembangkan conceptual model of service quality. Model ini, terdapat lima gap (kesenjangan) yang membuat perusahaan mampu memberikan pelayanan yang bermutu kepada para pelanggan. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber : Zethaml, et al., (1990) dalam Fandy Tjiptono (2005)

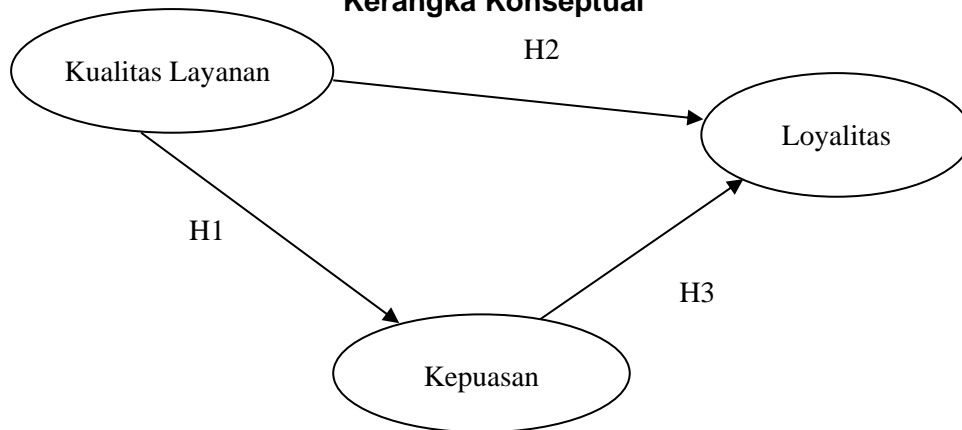
Wilkie (1990) dalam Tjiptono, (2005 : 24) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi kinerja produk/jasa berdasarkan pengalaman mengkonsumsi. Senada dengan pendapat di atas Rangkuti (2003 : 30) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap kesesuaian atau ketidakesesuaian antara harapan dengan kinerja aktual yang dirasakan atau dipersepsikan setelah pemakaian. Jika kinerja barang/jasa yang diharapkan sesuai atau melebihi kinerja aktual yang dirasakan berarti pelanggan puas sebaliknya jika kinerja barang/jasa yang diharapkan dibawah kinerja yang dirasakan yang dirasakan berarti konsumen tidak puas.

Konsep loyalitas pelanggan digunakan dalam penelitian ini sebagai landasan berpikir teoritik untuk memahami konsep dasar dan indikator pengukuran loyalitas

pelanggan. Sheth and Mittal (2004 : 400) dengan merumuskan definisi loyalitas pelanggan dengan menggabungkan unsur sikap dan perilaku pembelian sebagai berikut : *“Thus, a strong favorable attitude and manifested in consisten repatronage”*. Pelanggan dikatakan loyal jika memiliki sikap positif terhadap merek tertentu dan dimanifestasikan dalam bentuk pembelian ulang secara konsisten.

- H1. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara.
- H2. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara.
- H3. Kepuasan Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara.

**Gambar**  
**Kerangka Konseptual**



Sumber : Caruana *at al.*, (2002)

**E. Metode Penelitian**

Objek penelitian ini adalah BRI Cabang Buton Utara. Pemilihan obyek penelitian pada nasabah Tabungan PT. BRI Cabang Buton Utara didasarkan pada beberapa pertimbangan yaitu : penguasaan lapangan, kemudahan mendapatkan data sehingga data yang dikumpulkan benar-benar valid.

Variabel independent/eksogen, variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent. Variabel independent dalam penelitian ini adalah kualitas layanan pada dimensi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empaty*). Variabel dependent/endogen, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel dependent. Variabel antara (*intervening variabel*) yaitu kepuasan, dan variabel dependent (*dependent variabel*) yaitu loyalitas.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan BRI Cabang Buton Utara yang berdomisili di Kecamatan Kulisusu Induk dan Kulisusu Utara, pada Tahun

2017 berjumlah 734 nasabah. Dari 734 nasabah diambil sesuai dengan kriteria yang ditentukan sebanyak 88 nasabah jadi jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah populasi yang memenuhi kriteria sebanyak 88 nasabah.

Sampel di dalam penelitian adalah sebagian dari jumlah populasi yang mewakili ciri-ciri populasi,. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. *Purposive sampling* menunjukkan bahwa data informasi diambil dari target yang spesifik (Sekaran, 1992).

Jumlah sampel penelitian ditetapkan 88 responden dengan ketentuan pemilihan terhadap para nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara yang pernah bertransaksi dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dasar pertimbangannya adalah sudah mewakili populasi disamping alat analisis yang digunakan adalah alat analisis yang digunakan alat SPSS analisis jalur (*path analisis*).

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data : Kuesioner; adalah pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada nasabah pada Bank BRI Cabang Buton Utara. Kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan merupakan hal penting, mengingat pengumpulan data ini dilakukan dengan kusioner dan diharapkan data yang diperoleh dapat dianalisis dan diinterpretasikan untuk diambil kesimpulan. Wawancara; merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan pihak-pihak yang dapat membantu peneliti dalam mengumpulkan data pendukung penelitian.

## F. Hasil dan Pembahasan

### 1. Karakteristik Responden

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	39	44.30
Perempuan	49	55.70
Total	88	100.00

Sumber : Data Primer (2017)

Diketahui sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 49 responden atau 55.7 %, selanjutnya adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 39 responden atau 44.3 %. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang sering menabung di BRI Cabang Buton Utara didominasi oleh kaum perempuan.

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
< 30 tahun	31	35.20
31 s/d 40 tahun	43	48.90
>40 tahun	14	15.90

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Total	88	100.00

Sumber : Data Primer (2017)

Diketahui sebagian besar responden berusia pada rentang antara 31 s/d 40 tahun yaitu sebanyak 43 responden atau 48.9 %, selanjutnya adalah responden yang berumur dibawah 30 tahun yaitu 31 responden atau 35.2 %, dan untuk responden yang berumur lebih besar dari 40 tahun adalah 14 responden atau 15.9 %. Kondisi ini menunjukkan bahwa seluruh nasabah tabungan yang menjadi responden berada pada kisaran umur yang matang, sehingga diharapkan dapat mengetahui maksud dari pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini dan hasil yang didapatkan dari jawaban responden mereka mengatakan sangat mengerti maksud dan tujuan dari kuesioner ini.

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
SMA	26	29.50
Sarjana	50	56.90
Pascasarjana	12	13.60
Total	88	100.00

Sumber : Data Primer (2017)

karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden yaitu sebanyak 50 responden (56.9 %) berlatar belakang pendidikan di tingkat sarjana, 26 responden atau 29.5% berlatar pendidikan SMA, dan 12 responden lainnya atau 13.6 % berlatar belakang pendidikan di tingkat pascasarjana. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa populasi yang ada di Kabupaten Buton Utara terwakili dengan adanya responden yang beragam sesuai tingkat pendidikan ataupun pekerjaan yang mereka geluti, oleh karena itu akan sangat membantu dalam memperkaya hasil penelitian dengan adanya jawaban ataupun respon yang beragam dari para responden.

## 2. Hasil Analisis Deskriptif

#### Kriteria Interval Rata-Rata Jawaban Responden

Interval Rata-Rata Jawaban	Kriteria
1.00 – 1.80	Sangat Rendah/ Kurang
1.81 – 2.60	Rendah / Kurang
2.61 – 3.40	Sedang /Cukup
3.41 – 4.20	Tinggi/ Baik
4.21 – 5.00	Sangat Tinggi/ Sangat Baik

Sumber : Supranto (2000 : 64)

#### Persentase Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Layanan (X)



Item	Distribusi Jawaban Responden										Mean
	STS		TS		N		S		SS		
	f	%	F	%	F	%	f	%	F	%	
X1.1 .1	2	2.3	9	10.2	30	34.1	34	38.6	13	14.8	3.53
X1.1 .2	5	5.7	9	10.2	31	35.2	32	36.4	11	12.5	3.40
Rata-rata tangibles (X1.1)											<b>3.47</b>
X1.2 .1	2	2.3	9	10.2	38	43.2	27	30.7	12	13.6	3.43
X1.2 .2	3	3.4	9	10.2	31	35.2	32	36.4	13	14.8	3.49
Rata-rata reliability (X1.2)											<b>3.46</b>
X1.3 .1	4	4.5	10	11.4	22	25.0	37	42.0	15	17.0	3.56
X1.3 .2	3	3.4	13	14.8	26	29.5	34	38.6	12	13.6	3.44
Rata-rata responsiveness (X1.3)											<b>3.50</b>
X1.4 .1	2	2.3	9	10.2	34	38.6	28	31.8	15	17.0	3.51
X1.4 .2	1	1.1	16	18.2	21	23.9	37	42.0	13	14.8	3.51
Rata-rata assurance (X1.4)											3.51
X1.5 .1	4	4.5	9	10.2	27	30.7	28	31.8	20	22.7	3.58
X1.5 .2	3	3.4	10	11.4	34	38.6	24	27.3	17	19.3	3.48
Rata-rata empathy (X1.5)											<b>3.53</b>
<b>Rata-rata Variable Kualitas Layanan (X)</b>											<b>3.49</b>

Sumber ; Data Primer diolah (2017)

Variabel Kualitas Layanan (X) terdiri dari lima indikator yaitu tangible (X1.1), reliability (X1.2), responsiveness (X1.3), assurance (X1.4), dan empathy (X1.5).

Tabel menunjukkan bahwa kualitas layanan (X1) yang diberikan di BRI Cabang Buton Utara secara umum dapat dikatakan baik dengan rata-rata jawaban responden 3,49 atau berada pada kisaran 3,41-4,20, dari kelima dimensi kualitas layanan yang dominan empathy yaitu karyawan BRI Cabang Buton Utara menciptakan hubungan komunikasi yang mudah dimengerti secara baik dengan nasabah.

Berdasarkan masing-masing item pertanyaan pada indikator tangible (X1.1), sebagian responden menjawab netral, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju atau sarana parkir baik yang berjumlah 38,6% dan tempat duduk di ruang tunggu mencukupi nasabah yang datang berjumlah 36,4,

tetapi yang menjawab netral juga jumlahnya relatif banyak juga sehingga perlu beberapa pembenahan terkait sarana parkir. Sesuai dengan permasalahan tersebut terlihat tidak adanya orang yang mengatur sarana parkir sehingga tidak teratur apabila nasabah yang datang jumlahnya cukup banyak yang membawa kendaraan, oleh sebab itu perlunya tukang parkir sehingga dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam pengaturan sarana parkir. Selanjutnya perlu peningkatan jumlah tempat duduk sehingga saat nasabah yang datang jumlahnya cukup banyak dan mengantri dapat duduk dengan nyaman.

Indikator kedua yaitu reliability (X1.2), mayoritas responden menjawab netral yaitu sebanyak 43.2% hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjawab karyawan belum sepenuhnya memberikan pelayanan dengan cepat kepada nasabah. Selain itu berjumlah 36.4% yang menyatakan mudah dalam proses pelayanan yang diberikan karyawan BRI Cabang Buton Utara kepada nasabah terutama pengambilan/penarikan dana tabungan.

Indikator ketiga yaitu responsiveness (X1.3), mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 42.0%, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjawab bahwa karyawan selalu bersedia menangani setiap permasalahan nasabah, dan 38.6% responden menjawab selalu tanggap dalam memberikan informasi yang jelas kepada setiap nasabah.

Indikator keempat yaitu assurance (X1.4), mayoritas responden menjawab netral berjumlah 38.6%, hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan BRI Cabang Buton Utara belum sepenuhnya memberikan jaminan keamanan selama pelayanan, dan 42.0% responden menjawab setuju bahwa karyawan BRI Cabang Buton Utara terampil sehingga memberikan kepercayaan dalam setiap pelayanan kepada nasabah.

Indikator kelima yaitu empathy (X1.5), mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 31.8% hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan BRI Cabang Buton Utara menciptakan hubungan komunikasi yang mudah dimengerti secara baik dengan nasabah, dan 38.6% responden menjawab netral bahwa karyawan BRI Cabang Buton Utara selalu terbuka mendengarkan keluhan nasabah dengan ramah, penuh perhatian, sopan dalam memberikan pelayanan.

**Persentase Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan (Y1)**

Item	Distribusi Jawaban Responden										Mean
	STS		TS		N		S		SS		
	f	%	F	%	F	%	f	%	f	%	
Y1.1 .1	3	3.4	14	15.9	18	20.5	39	44.3	14	15.9	3.53
Y1.1 .2	1	1.1	13	14.8	22	25.0	40	45.5	12	13.6	3.56
Rata-rata harapan terhadap kinerja jasa (Y1.1)											<b>3.55</b>
Y1.2 .1	4	4.5	9	10.2	31	35.2	33	37.5	11	12.5	3.43

Y1.2 .2	3	3.4	11	12.5	32	36.4	34	38.6	8	9.1	3.38
Rata-rata prestasi terhadap kinerja jasa (Y1.2)											<b>3.40</b>
Y1.3 .1	4	4.5	12	13.6	34	38.6	32	36.4	6	6.8	3.27
Y1.3 .2	5	5.7	10	11.4	25	28.4	36	40.9	12	13.6	3.45
Rata-rata ketidaksesuaian terhadap kinerja jasa (Y1.3)											<b>3.36</b>
Y1.4 .1	3	3.4	11	12.5	30	34.1	31	35.2	13	14.8	3.45
Y1.4 .2	5	5.7	7	8.0	38	43.2	29	33.0	9	10.2	3.34
Rata-rata kepuasan terhadap kinerja jasa (Y1.4)											3.40
<b>Rata-rata Variable Kepuasan (Y1)</b>											<b>3.43</b>

Sumber ; Data Primer diolah (2017)

Variabel Kepuasan (Y1) terdiri dari empat indikator yaitu Harapan Kinerja (Y1.1), Prestasi Kinerja (Y1.2), Ketidaksesuaian Kinerja (Y1.3), dan Kepuasan Kinerja (Y1.4).

Tabel menunjukkan bahwa kepuasan nasabah (Y1) BRI Cabang Buton Utara secara umum dapat dikatakan baik dengan rata-rata jawaban responden 3,43 atau berada pada kisaran 3,41-4,20, dari keempat dimensi kepuasan nasabah yang dominan harapan terhadap kinerja jasa yaitu keramahan dalam pelayanan karyawan BRI Cabang Buton Utara sesuai dengan nasabah harapkan.

Berdasarkan masing-masing item pertanyaan pada indikator pertama yaitu harapan kinerja (Y1.1), mayoritas responden menjawab setuju, sebanyak 44.3%, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab harapan yang diinginkan sesuai dan 45.5% menyatakan keramahan dalam pelayanan karyawan BRI Cabang Buton Utara sesuai dengan yang diharapkan.

Indikator kedua yaitu prestasi kinerja (Y1.2), mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 37.5%, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa Bank BRI Cabang Buton Utara telah memiliki prestasi terhadap kinerja jasa dan 38.6% responden menjawab setuju atau Bank BRI Cabang Buton Utara telah menampilkan informasi prestasi yang diperoleh.

Indikator ketiga yaitu ketidaksesuaian kinerja (Y1.3), mayoritas responden menjawab netral sebanyak 38.6%, hal ini menunjukkan bahwa responden merasa kinerja karyawan belum sepenuhnya baik atau antara sesuai dan tidak sesuai dengan standar pelayanan jasa yang ditampilkan, dan 40.9% responden menjawab setuju bahwa pelayanan karyawan BRI Cabang Buton Utara sesuai keperluan yang terbagi dalam beberapa jenis pelayanan.

Indikator keempat yaitu kepuasan kinerja (Y1.4), mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 35.2%, hal ini menunjukkan bahwa responden merasa

puas terhadap kinerja jasa, dan 43.2% responden menjawab netral yang menunjukkan bahwa responden belum sepenuhnya puas terhadap fasilitas layanan yang tersedia di BRI Cabang Buton Utara.

**Persentase Jawaban Responden pada Variabel Loyalitas (Y2)**

Item	Distribusi Jawaban Responden										Mean
	STS		TS		N		S		SS		
	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	
Y2.1 .1	1	1.1	13	14.8	29	33.0	29	33.0	16	18.2	3.52
Y2.1 .2	3	3.4	12	13.6	24	27.3	34	38.6	15	17.0	3.52
Rata-rata <i>Purchase intention</i> (Y2.1)											<b>3.52</b>
Y2.2 .1	5	5.7	9	10.2	28	31.8	37	42.0	9	10.2	3.41
Y2.2 .2	5	5.7	4	4.5	41	46.6	32	36.4	6	6.8	3.34
Rata-rata <i>Word-of-mouth</i> (Y2.2)											<b>3.38</b>
Y2.3 .1	3	3.4	13	14.8	34	38.6	31	35.2	7	8.0	3.30
Y2.3 .2	3	3.4	12	13.6	28	31.8	37	42.0	8	9.1	3.40
Rata-rata <i>Price sensivity</i> (Y2.3)											<b>3.35</b>
Y2.4 .1	5	5.7	14	15.9	30	34.1	32	36.4	7	8.0	3.25
Y2.4 .2	4	4.5	8	9.1	31	35.2	31	35.2	14	15.9	3.49
Rata-rata <i>Complaining behavior</i> (Y2.4)											<b>3.37</b>
<b>Rata-rata Variable Loyalitas (Y2)</b>											<b>3.40</b>

Sumber ; Data Primer diolah (2017)

Variabel Loyalitas (Y2) terdiri dari empat indikator yaitu *Purchase intention* (Y2.1), *Word-of-mouth* (Y2.2), *Price sensivity* (Y2.3), dan *Complaining behavior* (Y2.4).

Tabel menunjukkan bahwa loyalitas nasabah (Y1) BRI Cabang Buton Utara secara umum dapat dikatakan baik dengan rata-rata jawaban responden 3,40 atau berada pada kisaran 2.61 – 3.40, dari keempat dimensi loyalitas nasabah yang dominan indikator pertama *Purchase intention* yaitu nasabah selalu menabung kontinu menggunakan produk tabungan di Cabang Buton Utara yang telah dimiliki/dalam tabungan Britama dan atau Simpedes di BRI Cabang Buton Utara dan tidak menabung di tempat lain selain di BRI Cabang Buton Utara.

Indikator kedua yaitu *Word-of-mouth* (Y2.2), mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 42.0%, hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan

menceritakan kebaikan dan keunggulan pelayanan BRI Cabang Buton Utara kepada orang lain, dan 46.6% responden menjawab netral atau tidak seterusnya merekomendasikan kepada orang lain untuk membuka tabungan BRI Cabang Buton Utara (Britama dan Simpedes).

Indikator ketiga yaitu *Price sensivity* (Y2.3), mayoritas responden menjawab netral sebanyak 38.6%, hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan tidak selamanya BRI antara menjadi pilihan utama untuk menabung, dan 42.0% responden menjawab tidak terpengaruh dengan tawaran menabung di tempat lain.

Indikator keempat yaitu *Complaining behavior* X(Y2.4), mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 36.4%, hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan nasabah tidak merasa canggung untuk menyampaikan komplain agar terjalin hubungan harmonis bersifat kekeluargaan, dan 35.2% responden menjawab netral dan setuju responden dalam menyampaikan komplain dengan cara-cara yang sopan.

### 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Validitas (Koefisien Korelasi = r)	Reliabilitas (Alpha Cronbach)
X1	X1.1	0,928 (Valid)	0,968 (Reliabel)
	X1.2	0,964 (Valid)	
	X1.3	0,953 (Valid)	
	X1.4	0,931 (Valid)	
	X1.5	0,940 (Valid)	
Y1	Y1.1	0,835 (Valid)	0,947 (Reliabel)
	Y1.2	0,894 (Valid)	
	Y1.3	0,449 (Valid)	
	Y1.4	0,813 (Valid)	
Y2	Y2.1	0,837 (Valid)	0,742 (Reliabel)
	Y2.2	0,886 (Valid)	
	Y2.3	0,834 (Valid)	
	Y2.4	0,907 (Valid)	

Sumber : Data primer (2017)

Berdasarkan data tabel diatas uji validitas menunjukkan semua item pertanyaan untuk semua variabel mempunyai nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0.5. Hal ini menunjukkan, item pertanyaan untuk semua variabel valid.

Berdasarkan data tabel diatas uji reliabilitas menunjukkan semua item pertanyaan untuk semua variabel mempunyai nilai Alpha Cronbach yang lebih besar dari 0.6. Hal itu menunjukkan, item pertanyaan untuk semua variabel reliable.

#### 4. Uji Hipotesis dengan Analisis Path

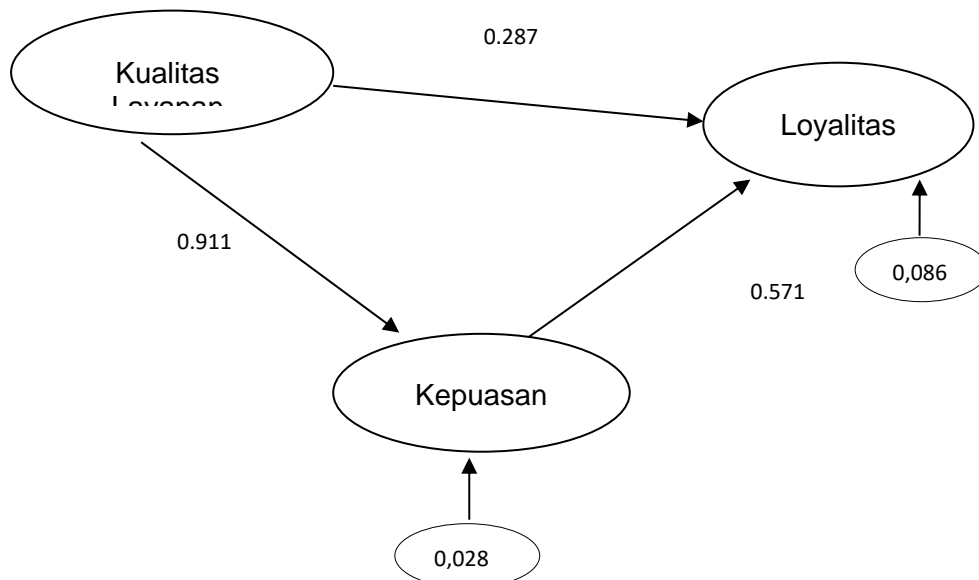
Analisis jalur digunakan untuk menguji atau meencek model hubungan yang telah ditentukan bukan untuk menentukan penyebabnya. Dengan kata lain analisis jalur dapat dilakukan estimasi besarnya hubungan kausal antara sejumlah variabel dan hierarki kedudukan masing-masing variabel dalam rangkaian jalur-jalur kausal, baik secara langsung maupun tidak langsung, Hasil pengujian hipotesis untuk persamaan regresi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Hasil Uji Persamaan**

Model	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Koefisien Path ( $\beta$ )	t-value	Sig.	F-Value	Sig.	R Square
Pers Reg. 1	Kualitas Layanan	Kepuasan	0,911	20.521	0,000	421.115	0,000	0,830
Pers Reg. 2	Kepuasan	Loyalitas	0,571	3.996	0,000	102.091	0,000	0.706
	Kualitas Layanan		0,287	2.008	0.048			

Sumber ; Data Primer diolah (2017)

**Gambar Hasil Analisis Path**



Berdasarkan persamaan dan gambar tersebut merupakan hasil pengujian dengan menggunakan analisis path, dapat dilihat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan

nasabah terhadap loyalitas nasabah memiliki nilai probabilitas 0,000, Ini dapat dilihat bahwa nilai probabilitas tersebut sesuai dengan standar pengujian yakni  $p < 0,05$ . Nilai  $e_1 = (1 - R^2)^2$  dan  $e_2 = (1 - R^2)^2$

**5. Pengujian Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung  
 Pengaruh Langsung**

- a) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

$$X_1 \longrightarrow Y_1 = 0.911$$

Berdasarkan hal tersebut didapat pengujian pengaruh langsung untuk pengujian koefisien jalur antara kualitas layanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y1) sebesar 91.1%. Koefisien bertanda positif berarti bahwa semakin tinggi nilai Kualitas Layanan (X1), mengakibatkan semakin tinggi pula nilai Kepuasan (Y1). nasabah BRI Cabang Buton Utara.

- b) Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

$$X_1 \longrightarrow Y_2 = 0.287$$

Berdasarkan hal tersebut didapat pengujian pengaruh langsung untuk pengujian koefisien jalur antara kualitas layanan (X) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y2) sebesar 28.7%. Koefisien bertanda positif berarti bahwa semakin tinggi nilai Kualitas Layanan (X1), mengakibatkan semakin tinggi pula nilai Loyalitas (Y2). nasabah BRI Cabang Buton Utara.

- c) Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

$$Y_1 \longrightarrow Y_2 = 0.571$$

Berdasarkan hal tersebut didapat pengujian pengaruh langsung untuk pengujian koefisien jalur antara kepuasan nasabah (Y1) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y2) sebesar 57.1%. Koefisien bertanda positif berarti bahwa semakin tinggi nilai Kepuasan (Y1), mengakibatkan semakin tinggi pula nilai Loyalitas (Y2) nasabah BRI Cabang Buton Utara.

**Pengaruh Tidak Langsung**

Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah Tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara

$$X_1 \longrightarrow Y_1 \longrightarrow Y_2 = 0.520$$

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh tidak langsung} &= b_1 \times b_2 \\ &= 0.911 \times 0.571 \\ &= 0.520 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh Total/Total Effect} &= b_1 + (b_2 \times b_3) \\ &= 0.287 + (0.911 \times 0.571) \\ &= 0,807 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut untuk pengujian koefisien jalur pengaruh tidak langsung variabel kualitas layanan (X) terhadap loyalitas nasabah (Y2) melalui kepuasan (Y1) bernilai positif sebesar 52,0% artinya pengaruh tidak langsung tersebut lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsung, atau semakin baik kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Selain itu, dari tabel diatas dapat dilihat juga bahwa secara keseluruhan variabel kualitas layanan baik secara langsung maupun tidak langsung yaitu melalui kepuasan

mempunyai pengaruh sebesar 80.7% terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan, kerangka konsep dengan menggunakan variabel kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas nasabah memiliki hubungan yang kuat. Karena koefisien bertanda positif, dengan demikian diambil kesimpulan bahwa makin tinggi Kualitas Layanan (X1) maka makin tinggi pula Loyalitas (Y2), karena disertai kepuasan (Y1) juga semakin tinggi nasabah BRI Cabang Buton Utara.

### Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis diperoleh bahwa dalam kualitas layanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.2 terdapat nilai koefisien path sebesar 0,911 dan  $p= 0,000$ , karena nilai propabilitas lebih kecil dari 0,05 ( $p<0,05$ ) maka dapat dikatakan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara diterima.
2. Dari hasil analisis diperoleh bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilihat pada gambar 5.5 terdapat nilai koefisien path sebesar 0,287 dan  $p= 0,048$ , karena nilai propabilitas lebih kecil dari 0,05 ( $p<0,05$ ) maka dapat dikatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara diterima.
3. Dari hasil analisis diperoleh bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilihat pada gambar 5.5 terdapat nilai koefisien path sebesar 0,571 dan  $p= 0,000$ , karena nilai propabilitas lebih kecil dari 0,05 ( $p<0,05$ ) maka dapat dikatakan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian hipotesis 3 yang menyatakan kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Buton Utara diterima.

### F. Daftar Pustaka

- Ferdinand, Agusty T, 2005. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. BP Undip : Semarang
- Gozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Indra dan Tri Gunarsih. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok Pada PD. BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar*. Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.



- Kotler, Philip. 1997. Manajemen pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Alih Bahasa Hendra Teguh dan Ronny A. Teguh, jilid 1 dan 2, PT. Prenhalindo Jakarta.
- Kasmir. 2003. Manajemen Perbankan, jilid 1 Cetakan 4. PT. Radja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad dan Suhardjono, 2002, Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi. Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Rangkuti 2003. *Measuring Customer Satisfaction* : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Siamat, D. 1995. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Intermedia. Jakarta.
- Susanto dkk. 2003. Dasar-dasar Pemasaran, Cetakan pertama, UPFE Yogyakarta.
- Sugema, I. dkk. 2005. Bank BRI Keluar dari Krisis : dari Restrukturisasi sampai IPO. INDEF, Jakarta
- Sugiyono. 2007 Statistik untuk Penelitian, cetakan keduabelas, edisi revisi, CV ALFABETA, Bandung.
- Tjiptono, F. 2004. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Parasuraman, V. A. 1985. *The Nature and Detreminant of Consumer Expectations of Service*. *Journal of Academy of Marketing Science*. 21. Pp. 1-12.
- Yamit. Z. 2001. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ekonesia Yogyakarta