

PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN, KOMUNIKASI DAN PENANGANAN KONFLIK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BANK BCA DI SURABAYA

Monica Cindy Cassandra

Jurusan : Manajemen Pemasaran/Fakultas Bisnis dan Ekonomika

cindymoci@yahoo.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik terhadap loyalitas pelanggan bank BCA di Surabaya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Responden dari penelitian ini adalah 130 nasabah bank BCA di Surabaya yang sudah menjadi nasabah selama 2 tahun dan memiliki pendidikan terakhir SMA dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Metode pengolahan data yang digunakan adalah model regresi linier berganda, uji F, uji *t-value* dengan program *windows SPSS 16.0*.

Dari hasil pengolahan data dan pengambilan hipotesis dapat disimpulkan bahwa terdapat 4 variabel yang memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yakni kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik. Dimana besar nilai pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan ialah sebesar 0,232, pengaruh komitmen terhadap loyalitas pelanggan ialah sebesar 0,171, untuk variabel komunikasi besar nilai pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,291, dan untuk penanganan konflik terhadap loyalitas pelanggan besar nilai pengaruhnya ialah sebesar 0,264. Berdasarkan hasil koefisien determinasi besarnya variasi variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan konflik secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi variabel loyalitas pelanggan sebesar 73,3%, sedangkan 26,7% dijelaskan variabel-variabel atau faktor lain diluar model yang tidak tercermati.

Kata kunci : Komunikasi, Penanganan Konflik, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the influence trust, commitment, communications conflict handling the customer loyalty BCA Bank in Surabaya.

The data used in this study is primary data obtained from the distribution of questionnaires. Respondents of the study were 130 BCA bank customers in Surabaya self that have become customer for 2 years and have a high school education with the last non-probability sampling technique of sampling. Data processing method used is multiple linear regression models, the F test and t-test values with the windows program SPSS 16.0.

From the results of the data processing and hypothesis testing can be concluded that there are 4 variables that have significant impact on customer loyalty variables that trust, commitment, communications and conflict handling. The value of the affect trust on customer loyalty is 0,232, the affect of commitment on customer loyalty is 0,171, value for communications variables affect on customer loyalty is 0,291, and last value for conflict handling variables affect on customer loyalty is 0,264. Based on the coefficient of determination of the amount of variation in the variables trust, commitment, communications, conflict handling is jointly able to explain the variation in the variables of customer loyalty at 73,3%, while 26,7% described variables or other factors outside the model does not studied.

Keywords : Communications, Conflict Handling, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang semakin canggih sekarang ini, diyakini berkontribusi besar pada pertumbuhan yang signifikan pada sektor jasa terutama jasa perbankan. Pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara dapat ditandai dengan pertumbuhan industri perbankan yang ada dalam Negara tersebut.

Sektor perbankan sangatlah berperan dalam memobilisasikan dana masyarakat untuk berbagai tujuan mengalami peningkatan yang sangat besar.

Kondisi tersebut menyebabkan adanya persaingan secara terbuka yang melibatkan berbagai bank seperti Bank Central Asia (BCA) Mandiri, CIMB niaga, Danamon, Panin, BII BNI, BRI, BTN, Permata dan menyusul bank-bank yang bertakjub Syariah lainnya. Kehadiran banyak bank sangat baik, karena dengan adanya hal tersebut, persaingan akan semakin ketat dan lebih terlihat.

Kategori produk tabungan bank konvensional dengan aset di atas Rp 75 triliun, indeks loyalitas nasabah tertinggi diraih oleh: Bank **BCA (terbaik)**, Mandiri, BNI, BRI, dan BII.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik terhadap loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

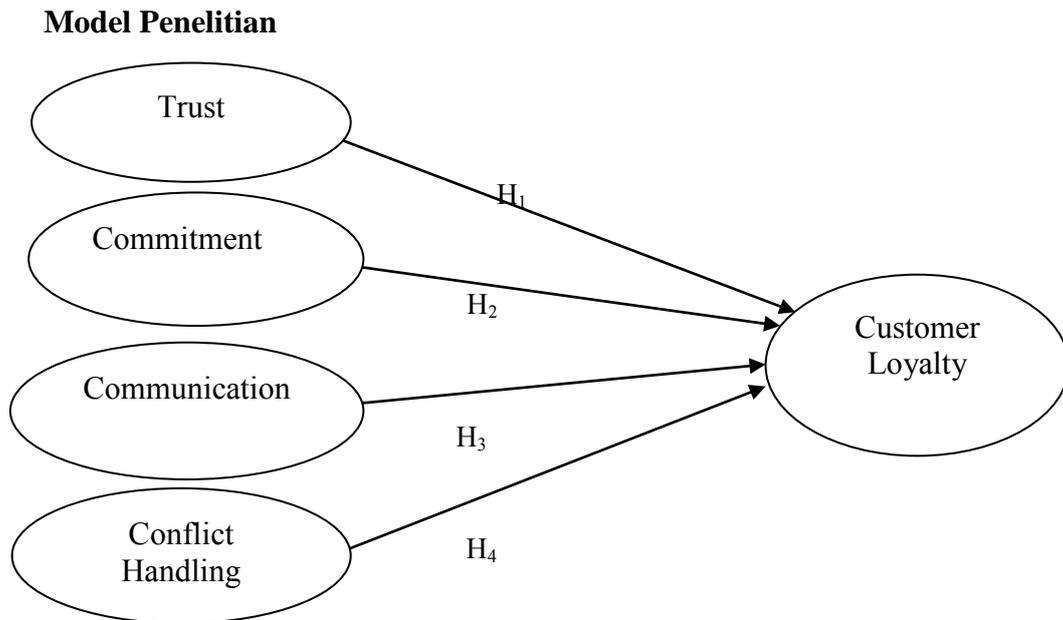
Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari jawaban responden melalui pengumpulan data yang berupa kuesioner yang dibagikan kepada beberapa responden.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden nasabah bank BCA. Aras yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras pengukuran interval.

Jenis skala yang digunakan adalah *Summated Likert*, yaitu skala dimana responden memberikan penilaian atas pertanyaan mengenai objek yang diteliti. Skala yang diberikan adalah mulai dari 1 sampai 5. Semakin besar skor atau angka yang dipilih menunjukkan responden menyetujui pernyataan yang dimaksud, dan begitu juga sebaliknya.

Dalam penelitian ini target populasi yang dipilih adalah nasabah dari Bank BCA di Surabaya dengan karakteristik pria dan wanita, bertempat tinggal di Surabaya, pendidikan minimal SMA atau yang sederajat, dengan alasan pelanggan mempunyai kemampuan untuk memahami pertanyaan-pertanyaan yang tertera pada kuesioner, minimal telah menjadi nasabah Bank BCA dalam 2 tahun terakhir ini dan menggunakan fasilitas *mobile banking* BCA dan pernah menggunakan layanan komplain yang disediakan oleh Bank BCA.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *non probability sampling*, karena populasi yang diteliti tidak diidentifikasi, yaitu dipilih secara acak, tetapi tetap harus sesuai dengan syarat penelitian. Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *convenience sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang mengambil elemen-elemen yang termudah saja.



Gambar 1

Model Penelitian tentang “Pengaruh *Trust, Commitment, Communication, dan Conflict Handling* terhadap *Customer Loyalty* nasabah bank BCA di Surabaya”
(Sumber: Jurnal “*Relationship Marketing and Customer Loyalty*” Oleh : Nelson. Oly,Ndubisi)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner ini diterjemahkan dari jurnal Ndubisi (2007).

Model pengolahan data yang digunakan untuk menganalisis data adalah *Multiple Regression* (regresi linier berganda) dari *software SPSS 16 for windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Validitas dan Reliabilitas

Dari hasil olah data SPSS bahwa data dari setiap pernyataan adalah layak dan mewakili perhitungan validitas. Hasil korelasi pearson antara masing-masing pernyataan untuk nasabah tahapan bank BCA dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka item pernyataan tersebut dikatakan valid, dan hasil olah data yang didapat adalah valid.

Reliabilitas untuk mengukur kekonsistenan pelanggan terhadap bank BCA. Hasil dari olah data nilai cronbach’s alpha semuanya adalah lebih dari 0.6 dan dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan yang diberikan kepada pelanggan bank BCA adalah reliabel.

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	N	Keterangan
1	Kepercayaan	0.873	6	Reliabel
2	Komitmen	0.715	4	Reliabel
3	Komunikasi	0.917	6	Reliabel
4	Penanganan Konflik	0.809	3	Reliabel
5	Loyalitas Pelanggan	0.825	2	Reliabel

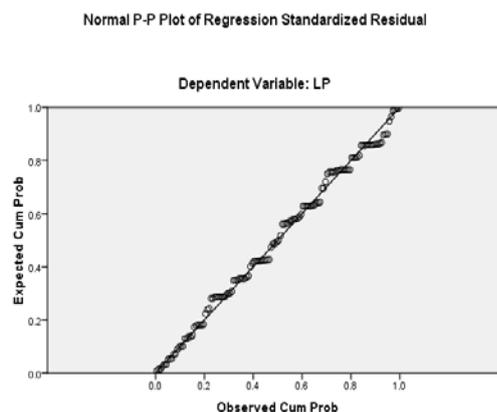
(Sumber : hasil olah data SPSS 16.0 for windows)

2. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah menggunakan P-P Plot dimana model dianggap memenuhi distribusi normal jika titik-titik yang terbentuk pada P-P Plot adalah membentuk pola garis lurus diagonal. adalah membentuk pola garis

Dalam penelitian ini uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Kolgomorov-Smirnov* untuk mendukung kebenaran hasil, dimana jika data berdistribusi normal memiliki nilai signifikansi lebih dari 0.05.



Gambar 2
(Sumber : hasil olah data SPSS 16.0 for windows)

b. Uji Multikolinearitas

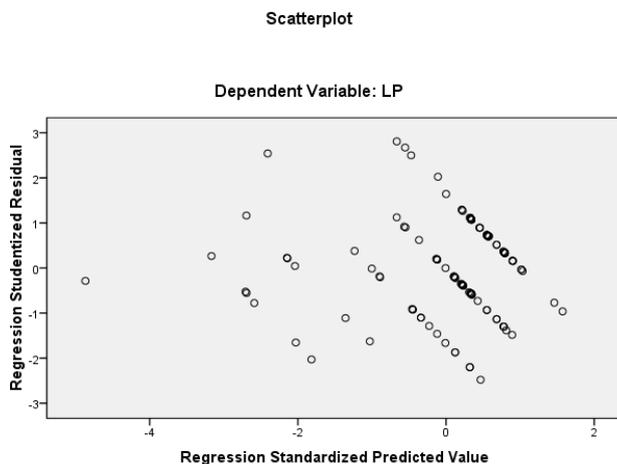
Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat hubungan antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* > 0.10 atau nilai VIF < 5, maka tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 2

Variabel	Tolerance	VIF
Kepercayaan	0.235	4.262
Komitmen	0.346	2.894
Komunikasi	0.213	4.693
Penanganan Konflik	0.475	2.105

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi hubungan (korelasi) antara variabel bebas dengan variabel pengganggu (residual).



Gambar 2
(Sumber : hasil olah data SPSS 16.0 for windows)

Dapat dilihat dari hasil gambar uji heteroskedastisitas bahwa pada model penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas, titik-titik pada plot di sekitar nol tidak membentuk pola tertentu dan menyebar secara acak.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda adalah persamaan yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh loyalitas pelanggan. Hasil regresi berganda dapat dilihat dari persamaan berikut :

$$\hat{LP} = b_1Ke + b_2Komi + b_3Komu + b_4PK$$

$$\hat{LP} = 0,232Ke + 0,171Komi + 0,291Komu + 0,264PK$$

Keterangan :

- LP : Loyalitas Pelanggan
- Ke : Kepercayaan
- Komi : Komitmen
- Komu : Komunikasi
- PK : Penanganan Konflik

e. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi R-Square (R^2) yang dihasilkan adalah sebesar 0.733. Artinya variasi variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik secara bersama sama mampu menjelaskan variasi variabel loyalitas pelanggan sebesar 73,3 %. Sedangkan sisanya sebesar 26,7% yang artinya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini atau yang tidak tercermati lebih dalam.

f. Uji F

Tabel 3
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.072	4	8.018	85.840	.000 ^a
	Residual	11.676	125	.093		
	Total	43.748	129			

(Sumber : hasil olah data SPSS 16.0 for windows)

Berdasarkan perhitungan SPSS, maka dapat diperoleh nilai signifikan uji F sebesar 0,000, yaitu lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak (signifikan). Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik mempengaruhi loyalitas pelanggan terbukti kebenarannya (diterima).

g. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik secara parsial (sendiri-sendiri) mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan. Suatu variabel dikatakan berpengaruh secara parsial jika nilai signifikan pada uji t nya lebih kecil dari 0.05.

Berikut adalah hasil uji t :

Tabel 4

No	Variabel	Sig.	Keterangan
1	Kepercayaan	0.017	Signifikan
2	Komitmen	0.031	Signifikan
3	Komunikasi	0.004	Signifikan
4	Penanganan Konflik	0.000	Signifikan

(Sumber : hasil olah data SPSS 16.0 for windows)

Dilihat dari hasil uji t pada tabel 4 bahwa variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan, karena nilai signifikan pada uji t lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1, 2, 3, 4, 5 adalah signifikan yaitu variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik mempengaruhi loyalitas pelanggan bank BCA di Surabaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil pengolahan data dan pengujian secara statistik yang ada pada bab V, maka dapat diperoleh konklusi bahwa dari 4 h ipotesis semuanya adalah terbukti. Berikut adalah penjelasannya yaitu :

1. Terdapat pengaruh signifikan kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik terhadap loyalitas pelanggan bank BCA.
2. Terdapat pengaruh signifikan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan nasabah tahapan bank BCA di Surabaya, dengan koefisien regresi sebesar 0.232.
3. Terdapat pengaruh signifikan komitmen terhadap loyalitas pelanggan nasabah tahapan bank BCA di Surabaya, dengan koefisien regresi sebesar 0.171.
4. Terdapat pengaruh signifikan komunikasi terhadap loyalitas pelanggan nasabah tahapan bank BCA di Surabaya, dengan koefisien regresi sebesar 0.291.
5. Terdapat pengaruh signifikan penanganan konflik terhadap loyalitas pelanggan nasabah tahapan bank BCA di Surabaya, dengan koefisien regresi sebesar 0.264.

Saran

1. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel komunikasi dengan nilai sebesar 0,291. Karena memiliki pengaruh yang paling besar, maka bank BCA harus lebih memperhatikan lagi, karena pengaruh yang paling besar akan membawa dampak positif yang jauh lebih besar juga bagi bank BCA. Contoh hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan hal dalam komunikasi adalah menganjurkan seluruh nasabah mendaftarkan sms banking agar memudahkan menerima informasi dengan cepat dari bank BCA. Selain itu dapat menggunakan *mobile banking* atau *internet banking* untuk mempercepat melakukan transaksi.
2. Secara keseluruhan menurut hasil nilai rata-rata dari 130 responden, variabel kepercayaan (4.31), komitmen (4.26), komunikasi(4.26), penanganan konflik(4.26) dan loyalitas pelanggan (4.50) memiliki nilai yang baik. Tetapi

indikator dari setiap variabel juga perlu untuk diperhatikan, karena hal-hal kecil juga membawa pengaruh bagi perusahaan. Jadi tidak boleh mengabaikan hal-hal yang sudah baik maupun yang masih kurang baik, walaupun hal itu berdampak kecil, tetapi untuk jangka panjang akan terlihat pengaruhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bruhn, Manfred, 2003, *Relationship Marketing : Management of Customer Relationship*, Upper Saddle River, Prentice Hall
- Buttle, Francis, 2004, *Customer Relationship management : Concepts and tools*, Elsevier Butterworth-Heinemann
- Buttle, Francis, 2009. *Customer Relationship Management : Concepts and Technologies*, 2nd Edition. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hair, Joseph F., William C Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, dan Roland L. Tatham, 2006, *Multivariate Data Analysis*, 6th Edition Prentice Hall.
- Hair, Joseph F., Arthur H. Money, Philip Samouel, dan Mike Page, 2007, *Research Methods for Business*, John Wiley & Sons, Inc.
- Hawkins, D.L., Mothersbaugh D.L., dan Best R.J., 2007, *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*, 10th Edition, McGraw-Hill
- Kasmir, 2005, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2006, *Marketing Management*, 12th Edition Prentice Hall.
- McDaniel, Carl, Charles W. Lamb, dan Joseph F. Hair, 2007, *Marketing Essentials*, 5th Edition Belmont, Thomson South Western
- Moorman, Christine, Gerald Zaltman, dan Rohit Deshpande, 2002, Relationships between Providers and Users of Market Research : The Dynamics of Trust Within and Between Organization, *Journal of Marketing Research*, Vol 29 : 314-328
- Ndubisi, Nelson Oly, 2007a, Relationship Marketing and Customer Loyalty, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 25 : 98-106
- Ribbink, Dina, Allard C. R Van Riel Veronica Liljander, dan Sandra Streukens, 2004, Comfort your Online Customer : Quality Trust and Loyalty on The Internet, *Managing Service Quality Journal*, Vol 14 : 446-456

Santoso, Singgih, 2009, *Panduan lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS 17*, PT Elex Media Komputindo

Sekaran, Uma, 2003, *Research Methods For Business : A Skill Building Approach*, 4th Edition, John Wiley & Sons, Inc.

Solomon, Michael R., Greg W. Marshall, dan Elnora W. Stuart, 2008, *Marketing : Real People, Real Choice*, 5th Edition, Prentice Hall

Zickmund, William G, 2003, *Business Research Methods*, 7th Edition Thomson South-Western.

http://www.wealthindonesia.com/banking-risk_management/perkembangan-perbankan-di-indonesia.html, diunduh pada tanggal 10 Desember 2014

http://www.bca.co.id/id/about/about_bca_landing.jsp, diunduh pada tanggal 10 Desember 2014

http://www.bca.co.id/id/about/hubungan-media/2013_okt_03_BCA_Raih_Penghargaan_Peringkat_Satu_Bank_Swasta_Terbaik/2013_okt_03_BCA_Raih_Penghargaan_Peringkat_Satu_Bank_Swasta_Terbaik.jsp, diunduh pada tanggal 10 Desember 2014

<http://swa.co.id/business-research/bca-rebut-4-penghargaan-di-ibla-award-2013>, diunduh pada tanggal 10 Desember 2014

http://www.bca.co.id/id/about/cari-tahu-tentang-bca/prestasi-dan-reputasi/prestasi-dan-reputasi_landing.jsp, diunduh pada tanggal 10 Desember 2014

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/02/14/1707069/Inilah.10.Besar.Bank.di.Indonesia>, diunduh pada tanggal 10 Desember 2014

<http://www.infobanknews.com/2011/11/36445/>, di unduh pada tanggal 10 Desember 2014