

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN NASABAH TABUNGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA, Tbk. CABANG
MALANG**

(Studi pada Nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:
EDI CAHYONO
NPM. 215.01.08.1542



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2020**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah tabungan sebagai variabel intervening pada PT. Bank Negara Indonesia Tbk, Cabang Malang. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah tabungan yang sering melakukan transaksi baik langsung datang ke kantor maupun hanya bertransaksi melalui mesin ATM pada PT. Bank Negara Indonesia Tbk, Cabang Malang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey dimana peneliti melakukan observasi dalam pengumpulan data, peneliti hanya mencatat data apa adanya, menganalisis dan menafsirkan data tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan *judgmental sampling* yaitu dengan memilih orang-orang yang terseleksi sehingga dipandang memiliki sangkut paut yang erat dengan cirri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang sudah diketahui sebelumnya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh secara langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah yaitu sebesar 0,252 dan pengaruh secara langsung kepuasan terhadap loyalitas nasabah yaitu sebesar 0,399. Adanya pengaruh secara langsung menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka loyalitas konsumen akan mengalami peningkatan. Hasil analisis pengaruh secara langsung dapat diketahui bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas yaitu sebesar 0,399.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality on loyalty through savings customer satisfaction as an intervening variable at PT. Bank Negara Indonesia Tbk, Malang Branch. The population in this study are savings customers who often make transactions either directly come to the office or only transact through an ATM machine at PT. Bank Negara Indonesia Tbk, Malang Branch. This research is a type of survey research where researchers make observations in data collection, researchers only record data as it is, analyze and interpret the data. The research method used is multiple linear regression. The sample in this study was taken using judgmental sampling by selecting people who were selected so that they were seen as having a close connection with the special characteristics of the sample that were already known.

The analysis shows that the direct effect between service quality on customer loyalty is equal to 0.252 and the direct effect on satisfaction on customer loyalty is equal to 0.399. The influence directly shows that with increasing service quality, customer loyalty will increase. The results of the analysis of the direct effect can be seen that the decision affects the loyalty that is equal to 0.399.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era perdagangan bebas dan globalisasi ditandai dengan semakin meluasnya produk dan jasa, menyebabkan persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan semakin ketat. Hal ini menyebabkan manajemen perusahaan dituntut untuk lebih cermat menyikapi dalam menentukan strategi bersaing. Perusahaan selalu mencari ide-ide kreatif dan mengembangkan teknologi maupun berusaha untuk dapat meningkatkan penjualan dan juga memuaskan kebutuhan pelanggannya (Makmun, 2008). Upaya untuk memuaskan konsumen tersebut dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

Kepuasan konsumen sendiri diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang kemampuan produk tersebut oleh konsumen dan dukungan dari layanan yang berkualitas akan menciptakan loyalitas bagi pelanggan (Hirdinis, 2009). Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen merupakan salah satu indikator yang menentukan kepuasan konsumen terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayanannya.

Apabila konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen buruk, maka konsumen akan beranggapan kalau perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen. Seperti yang dikatakan Zeithaml dan Bitrner dalam Lupiyoadi (2013:228) didalam buku tersebut dijelaskan bahwa faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa. Tingkat

kepuasan konsumen pun dapat diartikan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Lupiyoadi, 2013:228).

Respon perusahaan terhadap perubahan yang terjadi dalam upaya pengembangan usaha yang dilakukan penting untuk dilakukan. Perubahan tersebut yaitu misalnya terjadi perubahan pola perilaku konsumen dalam menggunakan produk. Ketidak mampuan perusahaan merespon persaingan atau kondisi pasar yang ada secara tepat dapat menurunkan loyalitas bahkan dapat berakibat pelanggan berpindah kepada produk atau jasa yang lain. Kondisi ini menjadikan tanpa adanya loyalitas dari pelanggan, perusahaan tidak akan berkembang dengan baik bahkan dapat mengalami *decline* atau penurunan usaha yang bisa mengancam eksistensi perusahaan tersebut. Sehingga menjadi hal yang penting untuk dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitasnya, agar dapat terus bertahan dan berkembang (Harmawan, 2012).

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, ketika kompetisi bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, banyak perusahaan sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas konsumen akan memperoleh kesuksesan jangka panjang atas usaha yang dilakukan (Saputra, 2011).

Begitu pentingnya loyalitas bagi perusahaan telah menjadikan loyalitas sebagai fenomena yang menarik banyak perhatian dan fokus sehingga mendorong munculnya

banyak penelitian di bidang loyalitas konsumen ini yang pada akhirnya menghasilkan banyak definisi tentang loyalitas itu sendiri dan terus mengalami perkembangan hingga saat ini. Istilah loyalitas pelanggan sebetulnya berasal dari loyalitas merek (*brand loyalty*) yang mencerminkan loyalitas pelanggan pada merek tertentu (Rahardian, 2012).

Bank Negara Indonesia berdiri sejak 1946 yang dahulu dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh pemerintah Indonesia. Bank Negara Indonesia mulai mengedarkan alat pembayaran resmi pertama yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia, yakni ORI atau Orang Republik Indonesia, pada malam menjelang tanggal 30 Oktober 1946, hanya beberapa bulan sejak pembentukannya. Hingga kini, tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Keuangan Nasional, sementara hari pendiriannya yang jatuh pada tanggal 5 Juli ditetapkan sebagai Hari Bank Nasional. PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang merupakan salah cabang di Jawa Tmur yang menunjukkan adanya peningkatan pencapaian kinerja. Pencapaian kinerja tersebut dapat ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah transaksi dan nilai pencapaian transaksi, data terkait dengan jumlah transaksi dan nilai transaksi tahun 2015 sampai 2018.

Peningkatan kinerja ditunjukkan dengan data jumlah transaksi pada tahun 2015 yaitu sebanyak 77,34 juta dengan nilai transaksi sebesar Rp.1.345 Triliun, tahun 2016 meningkat menjadi sebesar 98,72 juta dengan nilai transaksi sebesar Rp.1.998 Triliun. Peningkatan juga terjadi pada tahun 2017 dimana nilai transaksi yaitu sebesar 111,21 juta dengan nilai transaksi sebesar Rp.2.670 Triliun dan peningkatan nilai transaksi yaitu sebesar Rp.2.864 Triliun dengan jumlah transaksi yaitu sebanyak 115,80 juta pada tahun 2018 (Sumber: PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang, tahun 2019). Peningkatan ini juga tidak terlepas adanya upaya pihak manajemen bank untuk memberikan dukungan untuk

menciptakan loyalitas nasabah dengan menciptakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Berdasarkan uraian latar belakang penelitian maka judul dalam penelitian ini yaitu **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Tabungan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang?
- c. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang?
- d. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah PT. Bank Nagara Indonesia, Tbk. Cabang Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

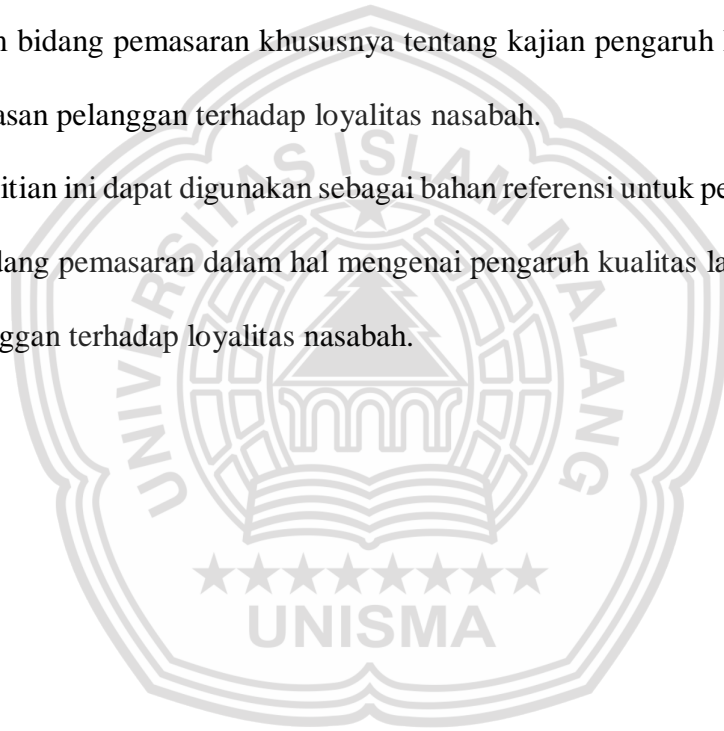
Tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang.

- c. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah PT. Bank Nagara Indonesia, Tbk. Cabang Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya tentang kajian pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang sejenis di bidang pemasaran dalam hal mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah.



BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATSAAN PENELITIAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Langsung Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang.
2. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang.
3. Terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang.
4. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah pada nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Malang.

5.2 SARAN

Berdasarkan simpulan dari hasil analisis data yang dilakukan maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Para karyawan harus secara profesional dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, upaya ini dilakukan agar prosedur yang ditetapkan bank terkait dengan upaya menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah. Upaya ini dilakukan karena fasilitas tersebut belum dirasakan mendukung kepuasan nasabah
2. Pihak bank harus benar-benar memperhatikan keberadaan fasilitas pendukung dalam pelayanan transaksi perbankan, yaitu misalnya jumlah ATM yang tersedia,

jaringan online dan koneksi antar bank sehingga proses transaksi dapat dilakukan dengan mudah oleh nasabah

3. Bagi pihak lain.

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan harapan penelitian ini dapat lebih berkembang.

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan karena adanya perbedaan lokasi dan subyek penelitian yang digunakan.
2. Keterbatasan mengenai jumlah sampel penelitian yang digunakan dan loyalitas hanya ditinjau dari kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. 1997. *Managing Brand Equity Capitalizing On The Value Of a Brand Name*; The Free Press, New York.
- Agustina, 2012, Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Bus Joglosemar Universitas Diponegoro Semarang
- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta
- Artana, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PD Bank Jogja Yogyakarta, *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*
- Assael, Henry, 1995. *Customer Behavior And Marketing Action*, Keat Publishing. Company, Boston
- Buchori Alma, 2004, *Pemasaran Stratejik Jasa*, Cetakan Pertama, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Darmawan, 2012, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan Hypermarket Giant Taman Yasmin Bogor
- Dewi, 2014, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 3.5 (2014) : 257-275*
- FandyTjiptono, 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: BayumediaPublising.
- Freddy Rangkuti. 2002. *RisetPemasaran*. GramediaPustakaUtama, Jakarta.
- Gede Yogi Pramana, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali, *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.1, 2016: 706-733*
- Gunawan, Saputra, 2011, *Analisis Loyalitas Merek Smartphone (Blackberry) Pada Mahasiswa UNP*, FakultasEkonomi, UniversitasNegeri Padang
- Harmawan, 2012, AnalisisFaktor- Faktor Yang Loyalitas Konsumen, Universitas Diponegoro Semarang.

- Jayanti dan Utomo, 2013. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol VI (No. 3), p261-p276
- Kotler, Philip dan Keller 2006, *Manajemen Pemasaran: Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Prehallindo: Jakarta.
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1995, *Metode Penelitian Survei*. Edisi Revisi, Jakarta: LP3S.
- Minto, 2011, Pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, Universitas Diponegoro Semarang
- Muhammad Zakiy Ishak, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2017
- Payne, Adrian, 2001, *Pemasaran Jasa*, Cetakan Kedua, Yogyakarta: Andi and Pearson Education.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Rahardian, 2012, Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen, Universitas Diponegoro Semarang.
- Rambat Lupiyoadi, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2004, *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Saputra, 2013, Kualitas Layanan, Citra Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank BNI 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya), *Jurnal Aplikasi Manajemen / Volume 11 / Nomor 3 / September 2013*
- Simamora Bilson, 2006, *Remarketing for Business Recovery*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Singgih Santoso & Fandy Tjiptono. 2000. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Sunarto, 2012, Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang
- Utomo, 2013, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan di Kabupaten Ngawi, Universitas Diponegoro Semarang
- Wendha, 2012, Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar, Universitas Udayana Bali.



Widayat dan Amirullah, 2002, *Riset Bisnis*, Edisi 1, Malang: CV. Cahaya Press.

Widayat, 2004, *Riset Bisnis*, Edisi 1, Malang: CV. Cahaya Press.

