

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS NASABAH
(Studi Pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Surabaya)**

SKRIPSI



DIAJUKAN OLEH :
YAYAN AGUS SETYAWAN
NIM :15211268

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MAHARDHIKA
SURABAYA 2019**

ABSTRAK

Judul : PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Surabaya)

Nama : Yayan Agus Setyawan

Nim : 15211268

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTPN Cabang Surabaya. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif bersifat studi kasus nasabah Bank BTPN Cabang Surabaya. Populasi di penelitian ini adalah nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional yang melakukan layanan di kantor cabang Surabaya. Sampel yang diambil untuk penelitian ini berjumlah 100 orang. Variabel penelitian yaitu kualitas layanan (X), kepuasan nasabah (Y) dan loyalitas nasabah (Z). Pengumpulan data menggunakan instrumen kuisioner. Analisis menggunakan jalur path. Hasil penelitian dapat disimpulkan (1) Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah pada Bank BTPN Cabang Surabaya dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,447 dan nilai signifikansinya 0,011 lebih kecil dari 0,05. (2) Kualitas Layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTPN Cabang Surabaya dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,364 dan nilai signifikansinya 0,036 lebih kecil dari 0,05. (3) Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTPN Cabang Surabaya dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,391 dan nilai signifikansinya 0,027 lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah serta Loyalitas Nasabah.

ABSTRACT

Title : THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON COSTUMER SATISFACTION AND ITS IMPACTON COSTUMER LOYALTY.

Name : Yayan Agus Setyawan

Nim : 15211268

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction, service quality on customer loyalty and customer satisfaction on customer loyalty at the Surabaya Branch BTPN Bank. This research includes a case study quantitative study of Surabaya Branch BTPN customers. The population in this study is the customers of the National Pension Savings Bank who perform services at the Surabaya branch office. The sample taken for this study amounted to 100 people. The research variables are service quality (X), customer satisfaction (Y) and customer loyalty (Z). Data collection uses questionnaire instruments. Analysis uses path paths. The results of the study can be concluded (1) Service Quality has an effect on customer satisfaction at the Surabaya Branch BTPN Bank as evidenced by the regression coefficient of 0.447 and the significance value of 0.011 is smaller than 0.05. (2) Service quality has an effect on customer loyalty at the Surabaya Branch BTPN Bank as evidenced by the regression coefficient of 0.364 and the significance value of 0.036 is smaller than 0.05. (3) Customer satisfaction has an effect on customer loyalty at the Surabaya Branch BTPN Bank as evidenced by the regression coefficient of 0.391 and the significance value is 0.027 smaller than 0.05.

Keywords: Waiter Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.

RESUME

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Surabaya)

Oleh : Yayan Agus Setyawan

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing dipasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2014).

Menurut Thio (dalam Lovenia 2012), dalam kondisi persaingannya yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang layanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan inti dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan layanan pelanggan, maka keputusan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas layanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting bagi sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut.

Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat "*win - win situation*" yang dimana kedua belah

pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Kotler (2016) berpendapat bahwa perusahaan - perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan merupakan hasil jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expeted service*). Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan layanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2. LANDASAN TEORI

Dalam kegiatan masyarakat, faktor utama yang membedakan antara perusahaan penghasil barang dengan perusahaan jasa adalah kualitas layanan. Adapun kualitas layanan yang bermutu mencakup 5 aspek.

1) *Tangible*

Tangible adalah pernyataan tentang fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan personalia, dan sarana komunikasi suatu perusahaan (Parasuraman, 2012). Karena suatu service tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium, dan tidak bisa diraba, maka aspek tangible menjadi sangat penting sebagai ukuran terhadap layanan. layanan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas layanan.

2) *Reliability*

Reliability adalah pernyataan tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau mematuhi janji yang telah mereka sampaikan kepada konsumen. *Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen

akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat

3) *Responsiveness*

Responsiveness adalah keinginan tentang kemauan penyedia jasa untuk membantu konsumen dan memberikan layanan yang cepat dan tepat. *Responsiveness* adalah dimensi kualitas layanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan layanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu

4) *Assurance*

Assurance adalah pernyataan tentang kesopanan, pengetahuan dan kemampuan segenap karyawan yang dapat menimbulkan keyakinan dan kepercayaan konsumen. *Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

5) *Emphaty*

Emphaty adalah pernyataan tentang kepedulian dan perhatian perusahaan kepada konsumen secara individual. *Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini berfokus pada hal - hal yang berkaitan dengan judul penelitian, yakni pengaruh kualitas layanan serta dampaknya terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTPN cabang Surabaya terhadap studi kasus penelitian ini adalah nasabah Bank BTPN cabang Surabaya yang melakukan pembukaan rekening di kantor - kantor yang beroperasi pada kantor wilayah Surabaya setidaknya selama tahun pada saat penelitian. Pemilihan objek

penelitian Bank BTPN Cabang Surabaya ialah karena pertimbangan, wilayah Surabaya memiliki jaringan kantor paling banyak dibandingkan dengan wilayah lainnya

Populasi dan Sampel

Populasi di penelitian ini adalah nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional yang melakukan layanan di kantor cabang Surabaya. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner. Metode yang menggunakan seluruh populasi sebagai respondennya dikenal dengan sebutan penelitian metode sensus. Alasan menggunakan metode sensus adalah adanya kecukupan waktu, biaya dan tenaga yang telah digunakan untuk penelitian ini. Selain itu diharapkan penelitian dengan model ini dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya terhadap objek penelitian.

Deskripsi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Definisi Operasional Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi 3 yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu aspek yang berperan penting dalam kelancaran dan keberhasilan suatu penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dalam penelitian ini menggunakan dua macam data, yaitu data primer dan data sekunder.

Analisis Data

Analisis data menurut Sugiono (2016) dari analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis Kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat atau gambar, sedangkan Kuantitatif

adalah data yang berbentuk angka dan di angkakan. Analisis data yang digunakan oleh penulis adalah metode kuantitatif.

4. PEMBAHASAN

1) Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh variabel kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Pada variabel kualitas layanan nilai signifikansinya 0,011 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang berbunyi bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah diterima (H1 diterima dan H0 ditolak).

Menurut peneliti, layanan yang dilakukan oleh Bank BTPN Cabang Surabaya untuk mewujudkan kepuasan nasabah meliputi bukti fisik berupa lokasi kantor, penampilan gedung, interior dan fasilitas ruang tunggu merupakan poin yang sangat diperhatikan. Penampilan karyawan bank penting dipertahankan karena merupakan hal pertama yang dilihat oleh nasabah. Dengan penampilan awal yang baik akan memberikan kesan yang baik terhadap nasabah, sehingga timbul rasa kagum dan simpatik serta hormat terhadap nasabah. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bukti fisik merupakan faktor yang sangat penting dan harus dimiliki pada bank dan karyawan. Karena bukti fisik ini akan terlihat langsung oleh nasabah.

2) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Pada variabel kualitas layanan nilai signifikansinya 0,036 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang berbunyi bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah diterima (H0 ditolak dan H1 diterima).

Peneliti berasumsi bahwa pengaruh signifikan loyalitas nasabah ini karena nasabah menganggap bahwa Bank BTPN Cabang Surabaya dalam melayani nasabah sebagai salah satu upayanya membuat nasabah mereka loyal sudah cukup memuaskan hal ini selain karena dianggap lokasi yang cukup strategis yang berada di tengah kota dan mudah dilalui oleh kendaraan umum, juga karena ketersediaan fasilitas dan peralatan yang cukup menunjang dalam memanjakan nasabahnya.

3) Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Pada variabel kepuasan nasabah nilai signifikansinya 0,027 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang berbunyi bahwa kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah diterima (H1 diterima dan H0 ditolak).

Menurut peneliti kepuasan nasabah akan tercipta setelah nasabah memperoleh kesan dari kinerja dan dibandingkan dengan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap merk, bukan hanya preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan nasabah yang tinggi. Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik. Ia bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk / jasa dan layanannya dengan harapan - harapan yang berkembang di benak nasabah.

5 PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang ada pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah pada Bank BTPN Cabang Surabaya dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,447 dan nilai signifikansinya 0,011 lebih kecil dari 0,05.
2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTPN Cabang Surabaya dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,364 dan nilai signifikansinya 0,036 lebih kecil dari 0,05.
3. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTPN Cabang Surabaya dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,391 dan nilai signifikansinya 0,027 lebih kecil dari 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi dan Narbuko. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ardi, Wiranata, Budi. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Membentuk Loyalitas Mahasiswa Double Degree Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: BP-UNDIP
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2016. *Marketing Management, (16th Edition)*, New Jersey: Prentice Hall Published.
- Lovenia, Christiana okky augusta. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)* skripsi. Fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponegoro semarang
- Lupiyoadi, Rambat. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Parasuraman, A. 2012. "Problems and Strategies in Services Marketing". *Jurnal of Marketing* Vol. 49. (Spring)
- Prasasti, Ayu, 2017.. *Pengaruh Kualitas Pelayan, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank Mandiri Prioritas Padang*. Jurnal Universitas Andalas
- Sangadji, E. M., & Sopiah, 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Setiawan, Muhammad. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta)*. Jurnal Universitas Islam Negeri Jakarta
- Sugiarto., Sitingjak, T. 2011, *Strategi Menaklukan Pasar*, Jakarta, Gramedia Pustaka Umum.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Manajemen Jasa. Edisi kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, Hendri, Irfan Syauqi Beik, Bagus Sartono 2017 *The Influence of Banking Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty of Syariah Bank XYZ in Jakarta*. School of Business, Bogor Agricultural University

Wiyono.2011. *Merancang Penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN