

**PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI
KEPUASAN NASABAH PT. BPR DINAR PUSAKA GRESIK
(Studi Kasus PT.BPR Binar Pusaka Gresik)**

Jayanti Asri Ningsih

Program Studi Manajemen Pemasaran STIE Mahardhika Surabaya

Email : jayantiachi@gmail.com

ABSTRAK

In this era of globalization, competition in today's services is very tight, forcing every company to compete - a race to always improve and look for a new breakthrough in serving its customers. Every company is always looking for new customers and retaining old customers, this is done so that the company still exists in running its business wheels. Likewise in the world of banking, serving customers well is one of the goals of marketing itself in order to get customer satisfaction and it is expected that customers will always be loyal to the bank's products. This research entitled "The Effect of Service Quality on Customer Loyalty PT. BPR Dinar Pusaka Gresik Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable "with a sample of 50 respondents taken randomly. This study aims to analyze and test the effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction. With the Analysis Method / Path Analysis the Sub-Structure 1 equation is $Z = 0.88 X + 0.481 \epsilon_1$ and the determination coefficient is 76.9%, while Sub-Structure 2 is $Y = 0.413 X + 0.579 Z + 0.276 \epsilon_2$ and the coefficient of determination is 92.4%. The results of this study are 1) Service quality has a significant effect on customer satisfaction of PT. BPR Dinar Pusaka Gresik. 2) Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty of PT. BPR Dinar Pusaka Gresik. 3) Service quality has a significant effect on customer loyalty of PT. BPR Dinar Pusaka Gresik. 4) Service quality has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction of PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini persaingan dalam pelayanan jasa dewasa ini sangatlah ketat sehingga memaksa setiap perusahaan berlomba – lomba untuk selalu meningkatkan serta mencari suatu terobosan baru dalam melayani konsumennya. Setiap perusahaan selalu mencari konsumen baru serta mempertahankan konsumen yang lama, hal ini dilakukan agar perusahaan tersebut tetap eksis dalam menjalankan roda bisnisnya. Begitu juga dalam dunia perbankan, melayani nasabah dengan baik merupakan salah satu tujuan dari pemasaran itu sendiri guna mendapatkan kepuasan nasabah serta diharapkan nasabah akan selalu loyal terhadap produk – produk bank tersebut. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening” dengan sampel 50 responden yang diambil secara acak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan konsumen. Dengan metode Analisis Jalur / *Path Analisis* diperoleh persamaan Sub Struktur 1 yaitu $Z = 0,88 X + 0,481 \epsilon_1$ dan koefisien determinasi sebesar 76,9 %, sedangkan Sub Struktur 2 yaitu $Y = 0,413 X + 0,579 Z + 0,276 \epsilon_2$ dan koefisien determinasi sebesar 92,4 %. Hasil dari penelitian ini adalah 1) Service quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik. 2)Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik. 3)Service quality berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.4) Service quality berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.

Kata Kunci : Service Quality, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini persaingan dalam pelayanan jasa dewasa ini sangatlah ketat sehingga memaksa setiap perusahaan berlomba – lomba untuk selalu meningkatkan serta mencari suatu terobosan baru dalam melayani konsumennya. Setiap perusahaan selalu mencari konsumen baru serta mempertahankan konsumen yang lama, hal ini dilakukan agar perusahaan tersebut tetap eksis dalam menjalankan roda bisnisnya.

Begitu juga dalam dunia perbankan, melayani nasabah dengan baik merupakan salah satu tujuan dari pemasaran itu sendiri guna mendapatkan kepuasan nasabah serta diharapkan nasabah akan selalu loyal terhadap produk – produk bank tersebut. Tentu saja hal ini sangat menggembirakan bagi para nasabah, karena dengan demikian nasabah merasa menjadi raja atau bos yang wajib dipenuhi segala kebutuhan serta keinginannya dalam dunia perbankan. Bukan saja penting, kebutuhan serta keinginan nasabah menjadi suatu prioritas dalam bidang pemasaran jasa sehingga seringkali bank – bank dalam memanjakan para nasabah jor – joran mengadakan promosi yang sangat menggiurkan bagi para pemilik uang tersebut. Promosi tersebut bisa berupa tingkat suku bunga, *service quality*, bonus hadiah, dan sebagainya.

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan salah satu komponen penting dalam menggaet nasabah, dengan *service quality* yang memuaskan maka akan memberi persepsi nasabah yang baik pula tetapi bila sebaliknya apabila *service quality* yang kurang memuaskan maka akan menimbulkan persepsi yang tidak baik pada bank tersebut.

Kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pelaku bisnis, dimana tingkat kepentingan dan harapan nasabah serta pelaksanaan atau kinerja

yang dilakukan perusahaan haruslah sesuai. Para pelaku bisnis harus dapat memahami konsep kepuasan nasabah dengan baik apabila mereka ingin memenangkan persaingan. Pada hakekatnya suatu bisnis bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan.

Loyalitas dapat didefinisikan sebagai suatu kecenderungan emosi terhadap suatu objek. Hal ini dapat mengacu pada segi efektif (suka / tidaksuka), kecenderungan emosi didapat oleh konsumen dari pengalaman terdahulu terhadap suatu merek ataupun berasal dari informasi-informasi yang didapat dari orang lain. Kemudian kecenderungan mengevaluasi terhadap suatu merek. Kecenderungan ini meliputi evaluasi yang bersifat positif berdasarkan kriteria-kriteria yang dianggap relevan untuk menggambarkan kegunaan suatu merek tersebut bagi konsumen.

Dengan penjelasan diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh *Service Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening".

KAJIAN TEORI

Service Quality

Menurut Kotler (2012 :122) kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak perusahaan atau penyedia jasa, melainkan berdasar persepsi para pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas merupakan perilaku menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Menurut pandangan produsen, kualitas adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dalam hal ini produsen memberikan kadar tertentu yang dispesifikasikan untuk atribut-atribut kritis dari setiap bagian yang dihasilkan. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, kualitas adalah yaitu seberapa

baik suatu produk atau jasa menyediakan tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen dalam menilai kualitas. Yang meliputi perangkat keras yang berupa wujud fisik atau peralatan, pendukung produk atau jasa, dan kesan menurut konsumen.

Kepuasan Nasabah

Menurut Hasan (2014 :71) yang mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai bentuk kepuasan yang berlanjut menjadi *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) yang berujung pada peningkatan volume penjualan yang lebih besar, aset lebih produktif dan *return on investment* yang lebih tinggi. Jika harapan lebih tinggi daripada kinerja produk, ia akan merasa tidak puas. Sebaliknya jika, harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kinerja produk ia akan merasa puas.

Kepuasan konsumen menurut Zeithaml et al. (2015 :104) merupakan "*customer's evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customer's needs and expectations*". Menurutny kepuasan konsumen adalah penilaian pelanggan atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Loyalitas Nasabah

Menurut Tjiptono (2014:110) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok yang berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Loyalitas menurut Tjiptono(2013:481) adalah perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu satu nya merk yang tersedia, merk termurah dan sebagainya).

PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian yang mengkaji tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan.

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Khaisar Maulana dan Mukhlis Yunus yang dimuat di Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Volume 3, Nomer 1, Tahun 2018 Universitas Syiah Kuala Banda Aceh dengan judul "Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah Di Kota Banda Aceh". Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui (1) Keadaan pemasaran relasional, kepuasan nasabah, kepercayaan nasabah, dan loyalitas nasabah, (2) Pengaruh pemasaran relasional berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, (3) Pengaruh pemasaran relasional terhadap kepercayaan nasabah, (4) Pemasaran relasional berpengaruh loyalitas nasabah, (5) Pengaruh pemasaran relasional terhadap loyalitas nasabah, (6) Pengaruh pemasaran relasional terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah dan (7) Pengaruh tidak langsung pemasaran relasional terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan dan kepercayaan nasabah. Penelitian ini dilakukan pada Bank BRI Syariah di Kota Banda Aceh, dengan objek penelitian berkaitan dengan pemasaran relasional, loyalitas nasabah, kepuasan nasabah dan kepercayaan nasabah. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 150 orang dengan teknik pengambilan sampel dilakukan secara non probability sampling. Hasil penelitian membuktikan bahwa: pemasaran relasional diperoleh nilai rerata sebesar 3,52 atau lebih rendah pada skala 4 pada satuan Skala Likert, kepuasan nasabah nilai rerata

sebesar 4,21, kepercayaan nasabah nilai rerata sebesar 4,26 dan loyalitas nasabah bank BRI Syariah di Kota Banda Aceh nilai rerata sebesar 3,60 belum berjalan dengan baik karena mempunyai nilai lebih rendah pada skala 4 pada satuan skala likert, karena diperoleh nilai rata – rata 3,5 pada satuan skala likert. Kemudian pemasaran relasional berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, pemasaran relasional berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah, pemasaran relasional berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, pemasaran relasional melalui kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan pemasaran relasional melalui kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah di Kota Banda Aceh.

Penelitian yang dilakukan oleh Lukman Khakim, Aziz Fathoni, dan Maria M Minarsih yang dimuat di *Journal of Management*, Volume 1, Nomer 1, Tahun 2015 Universitas Pandanaran Semarang dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima”. Bisnis *franchise* memiliki berbagai keunggulan baik dari sisi *brand*, *system support*, *sharing experience*, promosi nasional dan lainnya. Dengan berbagai keunggulan tersebut, maka tingkat resiko kegagalan dalam membangun bisnis dapat dikurangi. Manajemen perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, serta diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga akan dapat tercipta loyalitas pelanggan yang mana merupakan salah satu tujuan dari suatu perusahaan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap

loyalitas pelanggan dengan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Pizza Hut Cabang Simpang Lima Semarang secara langsung ke dari tanggal 2 Januari sampai 30 Juni 2014 yang berjumlah 53.147. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang terlebih dahulu diuji dengan menggunakan uji validitas dan Reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai *sig* sebesar $0,000 < 0,05$. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai *sig* sebesar $0,000 < 0,05$. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai *sig* sebesar $0,000 < 0,05$. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas, dengan nilai *sig* sebesar $0,000 < 0,05$

HIPOTESIS

1. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.

2. Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.
3. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.
4. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut pendapat Sugiyono (2017 ; 61), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditunjuk oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditambah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah menjadi nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik yaitu sebanyak 218 nasabah, kemudian dilakukan pemilahan dengan kriteria nasabah yang minimal dua kali melakukan peminjaman uang dengan nominal minimal 10 juta rupiah dan juga nasabah yang meminjam selama 5 tahun berturut- turut diperoleh 50 nasabah.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian atau alat pengumpul data pada penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner tersebut akan dibagikan kepada responden yang kemudian hasil jawabannya akan diukur dan dianalisis melalui analisis kuantitatif. Untuk metode dokumentasi dalam penelitian ini yaitu jumlah karyawan, identitas karyawan, struktur organisasi dan sejarah perusahaan.

Teknik Analisis

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji determinasi, uji t untuk mengetahui hubungan variabel secara langsung dan uji analisis jalur untuk mengetahui hubungan variabel secara tidak langsung dengan menggunakan bantuan spss versi 21,0 *for window*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan analisis data, maka pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Menurut Goeth dan Davis yang dikutip oleh Tjiptono (2013 : 51) bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Apabila melebihi harapan konsumen maka timbulah kepuasan konsumen (nasabah). Menurut Hasan (2014 : 71) yang mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai bentuk kepuasan yang berlanjut menjadi *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) yang berujung pada peningkatan volume penjualan yang lebih besar, aset lebih produktif dan *return on investment* yang lebih tinggi. Jika harapan lebih tinggi daripada kinerja produk, ia akan merasa tidak puas. Sebaliknya jika, harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kinerja produk ia akan merasa puas. Kepuasan konsumen menurut Zeithaml et al. (2015 : 104) merupakan "*customer's evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customer's needs and expectations*". Menurunnya kepuasan konsumen adalah penilaian pelanggan atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Menurut Adisaputro (2014 :67)

kepuasan konsumen yaitu “perasaan seseorang atau konsumen untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil perbandingan dari hasil kerja yang dipersepsikan (hasil atau *outcom*) yang dihubungkan dengan harapannya”. Apa bila kinerja produk lebih rendah dari harapan sebelumnya dia akan tidak puas atau kecewa. Bilamana kinerja produk sama dengan harapannya dia akan merasa puas. Bilamana kinerja melebihi harapannya dia akan menjadi sangat puas. Sehingga apabila suatu bank mampu memberika kualitas layanan (*service quality*) yang baik / melebihi ekspektasi nasabah maka selain kebutuhan nasabah tersebut terpenuhi juga dapat menimbulkan kepuasan dari nasabah itu sendiri, dengan demikian *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Menurut pendapat Tjiptono (2014 : 369) terdapat metode yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan konsumenantara lain yaitu *Ghost shopp* yang merupakan bentuk riset observasi yang memakai jasa orang yang menyamar sebagai pelanggan perusahaan dan bentuk mengamati secara rinci dari aspek-aspek pelayanan dan kualitas produk. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya yang mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lukman Khakim, Aziz Fathoni, dan Maria M Minarsih yang dimuat di *Journal of Management*, Volume 1, Nomer 1, Tahun 2015 Universitas Pandanaran Semarang dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima”. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoga Wicaksono yang dimuat di *Diponegoro Journal of Management*, Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015

Universitas Diponegoro Semarang dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang)”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

2. Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Hasan (2014 : 71) yang mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai bentuk kepuasan yang berlanjut menjadi *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) yang berujung pada peningkatan volume penjualan yang lebih besar, aset lebih produktif dan *return on investment* yang lebih tinggi. Jika harapan lebih tinggi daripada kinerja produk, ia akan merasa tidak puas. Sebaliknya jika, harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kinerja produk ia akan merasa puas. Kepuasan juga dapat menimbulkan perasaan senang dan gembira atas kinerja dari suatu perusahaan atau penyedia layanan. Kepuasan juga dapat menimbulkan timbal balik berupa pembelian kembali dan sikap loyal dari seorang pelanggan sehingga pelanggan tidak akan pindah kepada yang lain.

Menurut Tjiptono (2013 : 198) mengungkapkan kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain yaitu menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan para pelanggan, dapat memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky Khaisar Maulana dan Mukhlis Yunus yang dimuat di Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Volume 3, Nomer 1, Tahun 2018 Universitas Syiah Kuala Banda Aceh dengan judul “Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas

Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah Di Kota Banda Aceh”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lukman Khakim, Aziz Fathoni, dan Maria M Minarsih yang dimuat di *Journal of Management*, Volume 1, Nomer 1, Tahun 2015 Universitas Pandanaran Semarang dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima”. Hasil dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoga Wicaksono yang dimuat di *Diponegoro Journal of Management*, Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015 Universitas Diponegoro Semarang dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang)”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Roby Ben Saputra dan Alvi Purwanti Alwie yang dimuat di *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Volume 7, Nomor 2, Tahun 2015 Program Magister Manajemen Universitas Riau dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan (*Service Quality*) Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Siak”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

3. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Kotler dan Keller (2012 : 138) loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Menurut Tjiptono (2013 : 127) membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai bagian dari suatu program hubungan jangka panjang sebuah perusahaan, terbukti dapat memberikan manfaat bagi para pelanggan dan organisasi. Bagi organisasi terdapat manfaat utama yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan antara lain yaitu loyalitas meningkatkan pembelian pelanggan, memperlihatkan bahwa pelanggan cenderung berbelanja lebih setiap tahunnya dari satu provider yang memiliki hubungan khusus dengan para pelanggan itu. Pada saat para pelanggan mempersepsikan nilai produk dan jasa sebuah perusahaan berada pada tingkat tinggi, mereka cenderung membeli kembali dari penyedia jasa yang sama untuk menangkai risiko yang mungkin jika mereka pindah ke pemasok atau penyedia jasa yang lain. Dengan demikian apabila *service quality* suatu bank semakin baik maka akan menimbulkan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Menurut Hill dalam Huriyati (2013 : 132), tahapan loyalitas antara lain yaitu *partners*. Pada tahap ini, telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan, pada tahapan ini pula konsumen berani menolak produk atau jasa dari perusahaan yang lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lukman Khakim, Aziz Fathoni, dan Maria M Minarsih yang dimuat di *Journal of Management*, Volume 1, Nomer 1, Tahun 2015 Universitas Pandanaran Semarang dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada

Pizza Hut Cabang Simpang Lima”. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoga Wicaksono yang dimuat di *Diponegoro Journal of Management*, Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015 Universitas Diponegoro Semarang dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang)”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Roby Ben Saputra dan Alvi Purwanti Alwie yang dimuat di *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Volume 7, Nomor 2, Tahun 2015 Program Magister Manajemen Universitas Riau dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan (*Service Quality*) Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Siak”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas layanan (*service quality*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

1. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.
2. Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.
3. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.

4. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR Dinar Pusaka Gresik.

SARAN

- a. Bagi PT. BPR Dinar Pusaka Gresik disarankan terus meningkatkan *service quality* misalnya melengkapi sarana prasarana, penampilan karyawannya, memberi pelayanan tepat waktu dan tanpa kesalahan, sopan santun, ramah, perhatian dalam memahami keinginan nasabah dan member informasi perbankan yang terbaru agar kebutuhan dan kepuasan nasabah tercapai sehingga timbul loyalitas. Hal ini sudah terbukti dalam penelitian ini.
- b. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama dengan penelitian ini (Manajemen Pemasaran) diharapkan menambah / mengganti variabel – variable dalam penelitian ini agar diperoleh hasil yang bervariasi, misalnya variable promosi, saluran distribusi, citra merek, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan, 2014, *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*, Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Affifudin, Muhammad, Djunaidi dan Wahyu Lestari, 2017, *Statistik Inferensial*, Semarang, Universitas Negeri Semarang.
- Ariani, Dorothea Wahyu. 2014. *Pengendalian Kualitas Statistik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Chaffey, D, 2012, *E Bussines an E Commerce Management : Strategy and Prctice*, Pearson Education.

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, 2012, *Manajemen*, Jakarta : Erlangga
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasibuan, Malayu. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Ketujuh Belas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip.2012. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi.
- dan K. L Keller. 2012. *ManajemenPemasaran*. Jilid 1.Jakarta:Erlangga.
- dan Gary Amstrong. 2014.*Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lukman Khakim, Aziz Fathoni, Maria M Minarsih, 2015. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima*”. Semarang : *Journal of Management*, Volume 1, Nomer 1, Tahun 2015 Universitas Pandanaran Semarang.<http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/302/298>
- Lupiyoadi, Rambat. 2012. *ManajemenPemasaranJasaBerbasisKompetensi*. Jakarta:SalembaEmpat.
- Manap, Abdul, 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Meiyanto, Teguh, 2012, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Cabang Surakarta)*, Surakarta : Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Moekijat, 2012, *Manajemen Tenaga Kerja Dan Hubungan Kerja*, Bandung : Pioner Jaya.
- Rizky Khaisar Maulana, Mukhlis Yunus, 2018 “*Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah Di Kota Banda Aceh*”, Banda Aceh : *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Volume 3, Nomer 1, Tahun 2018 Universitas Syiah Kuala Banda Aceh <http://jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/viewFile/6351/2766>

- Robbins, Stephen P. 2013. *Perilaku Organisasi Terjemahan Ratna Saraswati dan Fabriella Sirait*. Jakarta: Salemba Empat.
- Roesdian Bayu Ardiyanto (2014). "Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Surakarta". <http://eprints.ums.ac.id/31312/>
- Rosyidi, He, 2012, *OrganisasidanManajemen*, Yogyakarta : Andi
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013, *Metodologi Penelitian – Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, Yogyakarta : Andi.
- Saputra, Roby Ben dan Alvi Purwanti Alwie, 2015, *Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Siak*, Riau : Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, Volume 7, Nomor 2, Tahun 2015 Program Magister Manajemen Universitas Riau.
- Siagian, Sondang, 2015, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Siswanto, 2012, *Pengantar Manajemen*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Sudaryono, 2016, *Manajemen Pemasaran : Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta : andi.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kebijakan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto (2017). "Mediasi Kualitas Pelayanan Atas Kemampuan Manajerial Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Baitul Mall Tanwil di Lampung Timur
<https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/150>
- Sujarweni, V Wiratna, 2015, *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Sujianto, Agus Eko, 2017, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS*, Jakarta ; Prestasi Pustaka Published.
- Sutisna, Edi, 2012, *Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.
- Swastha, Basu. 2011. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta:Liberty.
- Swastha, Basudan T. H. Handoko. 2014.
ManajemenPemasaranAnalisisPerilakuKonsumen. Yogyakarta: BPFE.

- Tjiptono, Fandy. 2013. *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua. Yogyakarta : Andi.
- . 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Victor Synathra, Sunarti Sunarti(2018). "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Tabungan BCA Kantor Kas Sawojajar Kota Malang)". <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2248>
- Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan, 2014, *SPSS Complete*, Jakarta : Salemba Infotek
- Yoga Wicaksono (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang)". Semarang : *Diponegoro Journal of Management*, Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015 Universitas Diponegoro Semarang
http://eprints.undip.ac.id/46982/1/02_WICAKSONO.pdf
- Yuliati, Ai Lili, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. Bandung : DeReMa Jurnal Manajemen, Volume 11, Nomor 2, September 2016 Prodi AdministrasiBisnis, FakultasKomunikasidanBisnisUniversitas Telkom.
- Zeithaml, Valerie, A and Bitner, Mary.2010. *Pemasaran jasa: Integrasi Fokus Pelanggan di Perusahaan*, Alih Bahasa: Ratih Hurriyati, (2015), Bandung: Alfabeta.