

**Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah
Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI
(Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Pemenang Jambi Tahun 2023)**

Aang Rian Saputra *)

Eka Farida **)

Fahrurrozi Rahman ***)

Email : aangriansaputra1998@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine and analyze the influence of customer trust and satisfaction on customer loyalty in BRI Bank savings. The type of research used is quantitative. The sampling formula used is Slovin and 100 customers are obtained. Data collection method used is the distribution of questionnaires. Multiple linear regression analysis is the data analysis technique used in this investigation. Using the (t test) for partial testing and (F test) for simultaneous testing of the hypotheses. The findings of this study suggest that customer loyalty is significantly influenced by both trust and satisfaction at the same time. Meanwhile, satisfaction has a negligible effect on consumer loyalty whereas trust has a marginally significant impact.

Keywords: *Trust, Satisfaction, Customer Loyalty*

Pendahuluan

Salah satu faktor atau agen pembangunan dalam kehidupan suatu bangsa adalah perbankan. Peran utama bank adalah bertindak sebagai tempat pengumpulan simpanan dari masyarakat umum dan menyebarkan simpanan tersebut kembali ke masyarakat sebagai kredit atau keuangan. Layanan penukaran uang menandai dimulainya operasi perbankan. Akibatnya, bank secara historis digambarkan sebagai meja tempat pertukaran uang. Pada dunia perbankan saat ini terdapat persaingan yang sangat ketat. Seiring semakin ketatnya persaingan antar bank berlomba-lomba untuk menarik masyarakat menjadi nasabah. Dalam sebuah perekonomian sangat wajar diwarnai dengan persaingan baik di perusahaan manufaktur, maupun bidang jasa. Hal ini dilakukan oleh setiap perusahaan atau pengusaha agar bisa bersaing dalam dunia usaha, seperti perusahaan yang bisa berperan menguasai pasar dengan cara mendekati pelanggan atau konsumen, yaitu memberikan keinginan atau kebutuhan tersebut secara memuaskan.

Di Indonesia, industri perbankan menyumbang 80% dari keseluruhan sistem keuangan. Bank merupakan usaha yang mana kegiatannya diatur oleh pemerintah. Seperti bank BRI tidak terlepas dari pengawasan pemerintah. sebagai salah satu pelaku usaha bank BRI (Bank Rakyat Indonesia) dalam industri tidak terlepas perubahan dari suatu persaingan untuk mendapatkan nasabah. Saat ini para nasabah bank BRI Pamenang tidak mudah ditebak, ada nasabah yang menginginkan suku bunga tinggi (deposito, giro, tabungan) adapula yang menginginkan suku bunga rendah (pinjaman), transaksi keuangan yang cepat, biaya administrasi yang rendah, efisien, dapat diakses dimanapun, dan kapanpun. Mereka membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal tersebut.

Nasabah memiliki kecenderungan untuk sering melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan bank yang dipilihnya kepada nasabah lain karena adanya kepercayaan dan kepuasan terhadap kualitas suatu produk atau jasa tertentu, yang direpresentasikan dengan komitmen untuk menggunakan suatu produk atau jasa secara konsisten dari waktu ke waktu. Loyalitas pelanggan,

menurut Kotler et al. (2019), didefinisikan sebagai dedikasi pelanggan terhadap figur merek atau penyedia yang didasarkan pada sikap yang sangat baik dan diekspresikan dalam pembelian berulang secara teratur. Dikatakan loyal apabila nasabah telah melakukan transaksi atau menabung lebih dari 3 kali, hal ini menunjukkan bahwa nasabah puas dan percaya akan pelayanan bank BRI. Kepercayaan nasabah sangatlah penting bagi perkembangan bank BRI.

Kepercayaan suatu nasabah ditunjukkan dengan bergabungnya mereka ke suatu Lembaga tersebut dengan jangka yang lama maka akan menimbulkan loyalitas seorang nasabah. Didukung oleh Ahmad, (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan itu dapat membentuk loyalitas yang baik dari nasabah terhadap lembaga tersebut. Menurut Kotler et al., (2019) yang artinya apabila konsumen dapat bergantung pada mitra bisnisnya bisa dinyatakan sudah mendapat kepercayaan dari konsumen. Adanya kepercayaan bisa menciptakan loyalitas nasabah, tanpa kepercayaan tidak akan ada loyalitas nasabah. Dengan menciptakan kepuasan dan kepercayaan dapat tercipta loyalitas dibenak nasabah, kepercayaan dan kepuasan nasabah tercipta saat nasabah merasa puas atas pelayanan yang didapatkan.

Kepuasan nasabah diukur emosi kegembiraan atau kekecewaan yang muncul dari membandingkan kinerja (hasil) pemikiran produk dengan kinerja yang diantisipasi jika itu semua sesuai oleh yang dipikirkan dan diharapkan nasabah maka timbul yang namanya kepuasan jika nasabah puas maka akan ada namanya loyalitas yang diberikan oleh nasabah itu sendiri. Kotler et al., (2019). Bisa diartikan kepuasan adalah perasaan yang muncul dari pikiran nasabah yang mendapatkan pelayanan yang mereka harapkan, sehingga muncul loyalitas masyarakat untuk bergabung pada bank sebagai nasabahnya.

Tujuan Penelitian

1. Menunjukkan dampak kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank BRI cabang Pamenang
2. Menunjukkan dampak kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank BRI cabang Pamenang.
3. Menunjukkan dampak kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank BRI cabang Pamenang.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah pilihan untuk tetap menjadi nasabah bank dalam jangka panjang (Jochen & Lovelock, 2018). Sering kali, loyalitas pelanggan hanya akan bertahan selama mereka percaya bahwa mereka menerima manfaat yang lebih unggul dari penyedia layanan pesaing. Tjiptono (2018) mencantumkan indikator berikut sebagai yang digunakan: 1). Puas dengan manfaat produk. 2). Putuskan untuk tetap menggunakan produk. 3). memutuskan barang dan jasa mana yang akan diprioritaskan. 4. beritahu orang lain untuk membeli produk tersebut.

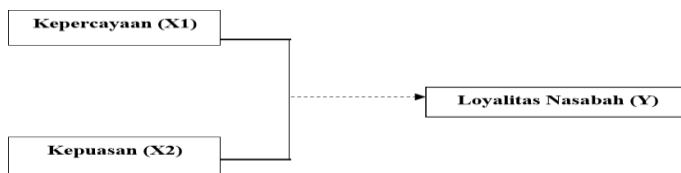
Kepercayaan

Menurut Mowen (2015), pengetahuan pelanggan mencakup semua penilaian yang mereka miliki tentang produk, fitur, dan manfaat. Salah satu landasan untuk meningkatkan loyalitas klien adalah kepercayaan. Kepercayaan pada merek dikembangkan melalui waktu sebagai hasil dari pertemuan sebelumnya yang positif. Menurut Maharini (2016) indikator yang diambil adalah: 1). *Customer service* memberikan pelayanan yang cepat 2). *customer service* memberikan layanan pelanggan yang jujur dan barang atau jasa yang sesuai dengan informasi 3). *customer service* menyambut pelanggan dengan hangat. 4). *customer service* memiliki keandalan dalam mengukur konsisten perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah.

Kepuasan

Menurut Kasmir (2017), kepuasan pelanggan adalah perasaan bahagia yang ditimbulkan oleh perolehan suatu barang atau jasa yang memenuhi harapannya. Kotler (2015) menyatakan bahwa indikator yang digunakan adalah: 1. Nasabah puas dengan sistem dan jaringan sistem perbankan. 2.

Senang dengan bantuan yang diterima dari layanan pelanggan 3. Puas dengan penyediaan layanan sesuai jadwal dan seperti yang dijanjikan. 4) senang dengan layanan dan produk perbankan.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan diselidiki dalam penelitian ini adalah bahwa :

H1: Kepercayaan dan kepuasan berdampak pada loyalitas nasabah.

H2: Kepercayaan berdampak pada loyalitas nasabah.

H3: Kepuasan berdampak pada loyalitas nasabah.

Metode Penelitian

Penelitian ini bertempat di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Cabang Pemenang. Menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner dengan skala *likert* dalam penyusunannya. berikut adalah 500 klien dalam sampel penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus *slovin* dengan memperoleh hasil 100 responden.

Hasil dan Pembahasan Penelitian Uji Instrumen

Dalam Penelitian ini Uji Validitas dan Reabilitas yang disajikan lengkap pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	r hitung	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Loyalitas (Y)	Y1.1	0,848	Valid	0,960	Realiable
	Y2.2	0,826	Valid		
	Y3.3	0,827	Valid		
	Y4.4	0,677	Valid		
	Y5.5	0,757	Valid		
	Y6.6	0,629	Valid		
	Y7.7	0,565	Valid		
	Y8.8	0,595	Valid		
Kepercayaan (X1)	X1.1	0,785	Valid	0,960	Realiable
	X1.2	0,749	Valid		
	X1.3	0,848	Valid		
	X1.4	0,826	Valid		
	X1.5	0,825	Valid		
	X1.6	0,825	Valid		
	X1.7	0,702	Valid		
	X1.8	0,719	Valid		
Kepuasan (X2)	X2.1	0,711	Valid	0,961	Realiable
	X2.2	0,646	Valid		
	X2.3	0,642	Valid		
	X2.4	0,602	Valid		
	X2.5	0,780	Valid		
	X2.6	0,750	Valid		
	X2.7	0,848	Valid		
	X2.8	0,789	Valid		

Sumber: Data diolah SPSS 2023

Berdasarkan tabel 1 maka diketahui bahwa r tabel adalah (0.1946), Item pertanyaan yang menilai setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid karena indikator setiap item pertanyaan menghasilkan nilai r hitung > r tabel. Berdasarkan uji reliabilitas, setiap variabel yang digunakan memiliki nilai Alpha Cronbach lebih tinggi dari 0,7. Dapat dikatakan bahwa instrumen pernyataan penelitian dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas adalah beberapa contoh uji asumsi tradisional yang digunakan dalam pekerjaan ini. Nilai *Kolmogorov-Smirnov One-Sample* yang menjadi dasar data dikatakan berdistribusi normal karena nilai *Exact Sig* (2-tailed) yang dihasilkan adalah $0,200 > 0,05$ yang menjadi dasar uji normalitas. Menurut Mehta et al. (2007), penggunaan *Exact p-values* lebih akurat untuk data kecil, oleh karena itu digunakan dalam uji normalitas penelitian ini. Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance* menjadi dasar uji multikolinearitas. Hasil menunjukkan nilai VIF < 10 , yaitu Kepercayaan sebesar 1.906, Kepuasan sebesar 1.906. Sedangkan nilai *tolerance* menunjukkan < 0.10 , yaitu Keputusan sebesar 0.525, kepuasan sebesar 0,525. Artinya variabel dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas. Model regresi dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas apabila nilai sig > 0.05 . Dengan menggunakan uji Glejser diperoleh nilai signifikan dari variabel kepercayaan dan Kepuasan sebesar 0.707, 0.621 artinya kedua variabel terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Untuk memastikan dampak Kepercayaan dan Kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Dilakukan uji analisis regresi linier berganda. Hasilnya ditunjukkan pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2 Hasil Analisis Linier Berganda

Variabel	B	Std. Error	SC. Beta	t hitung	Sig.	Keterangan
X1 → Y	.797	.104	.762	7.645	.000	Signifikan
X2 → Y	.062	.099	.062	.625	.533	Tidak Signifikan
Constanta : 3.588			F hitung : 241.367 Sig F : 0.000			R : 0.813 R ² : 0.661 Adjusted R ² : 0.654

Sumber: data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 2 hasil uji hipotesis yaitu uji F dan uji t sebagai berikut:

1. Nilai signifikan F $0.000 < 0.05$ ini artinya variabel dependen yaitu variabel loyalitas pelanggan (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh seluruh faktor independen yaitu Kepercayaan (X1) dan Kepuasan (X2), dapat dinyatakan H1 diterima.
2. Nilai signifikan Kepercayaan (X1) H2 diterima. Karena variabel kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah bila nilainya 0,05 atau kurang.
3. Nilai signifikan Kepuasan (X2) H3 ditolak karena variabel kepuasan dikatakan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah 0.533 atau $> 0,05$

Dapat dilihat dari tabel 2 besarnya Nilai Adjusted R² sebesar 0,661 menunjukkan Kepercayaan dan kepuasan, dua variabel independen, berdampak besar pada loyalitas konsumen. Faktor-faktor tersebut sebesar 65,4 % dari variabel dependen atau loyalitas nasabah, Sedangkan faktor tambahan yang tidak diteliti dalam penelitian ini merupakan sisanya sebesar 34,6 %.

Pembahasan

Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut temuan penelitian, loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepercayaan dan kepuasan pada waktu yang sama. Hal ini membuktikan salah satu Loyalitas Nasabah adalah Kepercayaan dan Kepuasan. Sebuah layanan yang bagus memiliki keistimewaan tersendiri bagi nasabah. Melihat fakta yang terjadi, nasabah banyak melakukan loyalitas jika kepuasan dan kepercayaan mereka terpenuhi seperti fasilitas ruang tunggu memadai, pelayanan cepat, memberikan promosi, dan ramah. Secara konsisten mengkonsumsi barang dan jasa ini, pelanggan yang puas mendorong loyalitas pelanggan dan dengan senang hati menyebarkan berita tentang barang dan jasa tersebut. Wahyuni, 2015.

Kepercayaan yang dibangun oleh Bank BRI cabang pamenang harus mengurus nasabah seperti berperilaku baik, jujur dan melayani dengan ramah memiliki kemampuan untuk menyediakan produk/jasa yang berkualitas bagi nasabah serta memenuhi keinginan nasabah hingga menjaga informasi pribadi nasabah, mempunyai pengalaman sehingga dapat melayani nasabah dengan profesional.

Sehingga terciptanya kepercayaan dan kepuasan nasabah yang berpengaruh pada loyalitasnasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Ahmad at al.,(2022); Nuraisah & Kusumo., (2019) Nugraheni et al., (2022) Asan et al., (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut temuan penelitian, loyalitas pelanggan agak dipengaruhi oleh kepercayaan. Ini menunjukkan bagaimana kepercayaan adalah kualitas pelanggan setia. Pelanggan akan menilai kinerja produk berdasarkan apakah memenuhi harapan atau tidak, dan mereka akan merasakan emosi positif, negatif, atau netral. Respon emosional tersebut menjadi input atau masukan dalam persepsi kepuasan atau ketidakpuasan Mowen, menurut Minor (2002:89). Saat pelanggan senang, dia tidak akan mencari produk atau layanan lain, dan dia tidak akan ragu untuk menggunakan produk atau layanan yang telah membuatnya bahagia. Seperti loyalitas, kepercayaan adalah keadaan psikologis unik yang hanya bisa ada dalam hubungan tertentu, menurut Nejad et al. (2014). Kepuasan pelanggan adalah komponen penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan selain menempatkan prioritas tinggi untuk mendapatkan kepercayaan dari kliennya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Ahmad et al.,(2022); Nuraisah & Kusumo, (2019); Asan et al., (2022); Kepercayaan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepuasan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan bukan sebagai tolak ukur dalam menentukan loyalitas nasabah.

Pada item “saya merasa puas dengan system pelayanan yang diberikan oleh bank BRI cabang pemenang” hal ini bisa terjadi karena dalam penelitian ini nasabah tidak selamanya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga kepuasan bukan sebagai tolak ukur dalam loyalitas nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian Putra, 2016 yang berjudul Pengaruh kepuasan dankepercayaan terhadap loyalitas pelanggan toko *online* (studi kasus mahasiswa s1 brawijaya) yang mengatakan bahwa Kepuasan ketika berdiri sendiri tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian terdahulu Nuraisah & Kusumo, (2019); Nugraheni et al., (2022); Menurut Asan et al.,(2022); Loyalitas Pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan senang, dia akan tetap tinggal dan tidak akan ragu untuk menggunakan layanan yang telah membuatnya senang. Pelanggan yang senang dengan layanan yang diterima bersedia merekomendasikan produk atau layanan kepada pelanggan lain dan secara konsisten mendorong pelanggan lain untuk setia pada produk dan layanan yang ditawarkan.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan SaranKesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel kepercayaan, kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Pamenang. Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis kepercayaan (X1),kepuasan (X2) terhadap loyalitas (Y) pada loyalitas nasabah bankBRI cabangPamenang maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitasnasabah.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah.
3. Kepuasan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah.

Keterbatasan dalam penelitian

Dalam proses penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa keterbatasan.

Berikut keterbatasan yang dialami oleh peneliti:

Penelitian ini terbatas, hanya pada lingkup yang kecil yaitu BRI Cabang Pamenang, untuk membatasi

ruang lingkup objek penelitian pada deskripsi.

Saran

Peneliti menawarkan rekomendasi yang dapat bermanfaat bagi pihak terkait berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian. Saran yang dapat peneliti berikan adalah :

1. Bagi Bank BRI
Bank BRI harus meningkatkan kepercayaan serta kepuasan yang dimiliki nasabah, agar nasabah bank dapat tetap memberikan loyalitas.
2. Bagi Nasabah
Memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk memilih menabung di Bank BRI.
3. Bagi Penelitian selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan bahan pertimbangan penelitian selanjutnya, khususnya pada penelitian yang sama. Peneliti mengharapkan agar peneliti selanjutnya menggunakan variabel-variabel yang lebih bervariasi, dan memperluas objek penelitian.

Referensi

- Ahmad, M., Siswadhi, F., & Sarmigi, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan RELigiusitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT.Bank Nagari. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 4(1), 49–62.
- Asan, L., Massie, J. D. D., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). Pengaruh Kualitas Jasa,Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 617–627.
- Jochen, W., & Lovelock, C. (2018). *Essentials of services marketing*.
- Kotler, P. T., Pereira, E., do Nascimento, H., & LEE, N. R. (2019). *Marketing social*. Saraiva Educação SA.
- Mowen, T. J. (2015). Parental involvement in school and the role of school security measures. *Education and Urban Society*, 47(7), 830–848.
- Nugraheni, E. Y., Hidayat, A., & Fitriani, Y. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kreatif melalui Desain Produk Kerajinan pada UKM Mads Sasirangan Kabupaten Banjar. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, 2(1), 59–65.
- Nuraisah, G., & Kusumo, R. A. B. (2019). Dampak perubahan iklim terhadap usahatani padi di desa Wanguk kecamatan Anjatan kabupaten Indramayu. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 5(1), 60–71.
- Putra, D. (2016). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan toko Online (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa–prinsip, penerapan, dan penelitian. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Wahyuni, E. T. (2015). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 12(2).

Aang Rian Saputra* Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Eka Farida Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Fahrurrozi Rahman Adalah Dosen Tetap FEB Unisma