

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI NASABAH TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK BRI KK UNISMA MALANG**

Oleh :

Richi irawan*)

N. Rachma)**

ABSTRACT

The purpose of this study to determine the effect of Service Quality and Customer Value simultaneously and partially on customer loyalty bank Bri Kk Unisma Malang, the sampling technique using accidental. Data analysis tool used in this research is multiple linear regression analysis.

Based on the results of this study note that the count value of 8,737 with a value of $0,000 < 0,05$ so that it can be concluded that Service Quality and Customer Value effect simultaneously to customer loyalty. And partially effect on Customer Loyalty. And there is one variable that is Customer Value variable which has no partial effect.

Keywords : Service Quality, Customer Value and Customer loyalty.

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Di era globalisasi persaingan antar bank di Indonesia kini semakin ketat terutama di kota malang, kota malang sendiri merupakan kota pendidikan dan juga kota wisata yang memungkinkan banyaknya pendatang yang akan datang ke kota malang. Karna banyaknya orang yang akan menggunakan jasa perbankan baik penduduk asli kota malang maupun pendatang untuk menyimpan sejumlah uang serta untuk alat bertransaksi. Dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan, Perbankan sekarang ini di tuntut untuk semakin meningkatkan kualitas layanan, karna semakin meningkatnya nasabah dan kebutuhannya. Hal itu merupakan kunci agar suatu bank dapat memenangkan yang terdapat dalam dunia perbankan, karna Kualitas layanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga akan tercipta suatu loyalitas.

kualitas layanan merupakan perbandingan antar layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen (Parasuraman 2006:19). pelayanan berlaku selama masa kerja, dari pekerjaan yang pertama sampai yang terakhir. (Pelayanan pelanggan adalah suatu pekerjaan yang paling cepat berkembang di dunia. Hampir setiap perusahaan mempekerjakan petugas pelayanan pelanggan, para petugas yang ahli akan di anggap sebagai kontributor yang penting bagi keuntungan dan keberhasilan sebuah perusahaan (Finch 2004:1).

Nilai nasabah merupakan selisih antara nilai nasabah total dan biaya nasabah total. Nilai nasabah total adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh nasabah dari produk atau jasa tertentu. Biaya nasabah total adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan membuang produk dan jasa (Kotler dalam Fajar Laksana, 2008:9).

Loyalitas nasabah merupakan hal yang paling penting bagi kelangsungan hidup sebuah bank sebagai mana di kutip Darsono (2004) mengatakan bahwa loyalitas memiliki hubungan dengan profitabilitas. Itulah sebabnya upaya dilakukan oleh sebuah bank untuk mempertahankan kan loyalitas nasabahnya.

Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terus menerus terhadap barang atau jasa di perusahaan tersebut Griffin (2007:16). Sedangkan Ishak (2011) menyimpulkan bahwa loyalitas konsumen secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan konsumen terhadap suatu produk, baik barang atau jasa tertentu.

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1). apakah kualitas layanan dan nilai nasabah berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah? 2). apakah kualitas layanan dan nilai nasabah berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui: 1). untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan nilai nasabah secara simultan terhadap loyalitas nasabah 2). untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan nilai nasabah secara parsial terhadap loyalitas nasabah

MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan informasi dan masukan yang bermanfaat untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan agar tetap dapat mempertahankan nasabah dan sebagai suatu penelitian yang dapat dijadikan salah satu acuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan nilai nasabah dalam suatu bank sehingga berpengaruh pada tingkat loyalitas nasabah. Bagi pihak-pihak lain, penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya, dan bagi pembaca umum dapat memberikan pengetahuan yang lebih tentang kualitas layanan, nilai nasabah dan loyalitas nasabah.

TINJAUAN TEORI

KUALITAS LAYANAN

Menurut Heizer dan Render (2009:300) kualitas adalah kemampuan sebuah produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Tjiptono, 2001 Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen, (Tjiptono, 2007).

NILAI NASABAH

Nilai nasabah merupakan selisih antara nilai nasabah total dan biaya nasabah total. Nilai nasabah total adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh nasabah dari produk atau jasa tertentu. Biaya nasabah total adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan membuang produk dan jasa (Kotler dalam Fajar Laksana, 2008:9).

LOYALITAS NASABAH

Menurut Akbar dan Parves (2009:27) loyalitas konsumen meliputi dari sikap dan perilaku konsumen. Sikap konsumen ditunjukkan dari intensitas pembelian ulang atau penambahan pembelian terhadap produk atau pelayanan dari suatu perusahaan, kemauan perusahaan merekomendasikan kepada perusahaan lain, serta demo seperti komitmen suatu perusahaan dengan menunjukkan suatu ketahanan untuk tetap bertahan dari kompetitor lainnya. Sehingga “loyalitas pelanggan/nasabah adalah komitmen pelanggan/nasabah bertahan secara

mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa” Hurriyati 2009:129.

METODE PENELITIAN

JENIS, LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

JENIS PENELITIAN

jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *Explanatory* dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang mempengaruhi antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Sugiyono (2011:11).

.LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan pada nasabah bank BRI Kk Unisma Malang yang berlokasi di jalan tatasurya 4a lowokwaru malang.

WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan november 2016 sampai Januari 2017.

DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian. Secara lebih rinci, operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut.

1. Loyalitas Nasabah (Y)

Menurut Hurriyati 2009, loyalitas nasabah adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa.

2. Kualitas Layanan (X1)

Menurut Tjiptono 2007, kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian akan keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

3. Nilai nasabah(X2)

Menurut Kotler 2004, nilai nasabah adalah selisih nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total. Nilai pelanggan total adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu. Biaya pelanggan total sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan dan membuang produk atau jasa.

SUMBER DAN METODE PENGUMPULAN DATA

SUMBER

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer menurut (Indrianto dan Supomo, 2014) ,data primer adalah data yang di peroleh langsung dari sumber aslinya.

METODE PENGUMPULAN DATA

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode dengan mengumpulkan sumber data primer, untuk memecahkan permasalahan, yang kemudian data diolah untuk menemukan suatu solusi untuk permasalahan yang diteliti.

METODE ANALISIS DATA

Analisa data dilakukan dengan menggunakan metode analisa kuantitatif yaitu dengan mengumpulkan, mengolah, dan menginterpretasikan data yang diperoleh sehingga memberi keterangan yang benar dan lengkap untuk pemecahan masalah yang dihadapi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi berganda dengan menggunakan bantuan *software SPSS for windows v.14*.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

DISKRIPSI SUBYEK PENELITIAN

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya yang menjadi subyek dari penelitian ini adalah loyalitas nasabah bank BRI Kk Unisma Malang.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur untuk mengukur apa yang diukur valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan-pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan apabila r hitung $<$ r tabel maka item instrumen dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Analisis reliabilitas menunjukkan pada pengertian apakah instrumen dapat mengukur suatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Ukuran dikatakan reliabel jika ukuran tersebut memberikan hasil yang konsisten. Reliabilitas diukur dengan menggunakan metode *cronbach alpha*. Rumus Cronbach alpha : dikatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha lebih besar ($>$) dari 0,60 (Ghozali, 2005).

2. Uji Normalitas Data

Tabel 4.10 Uji Normalitas Data

Berdasarkan pengujian normalitas tersebut, didapatkan nilai *asympt.sig* lebih besar dari pada $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas telah terpenuhi.

		kualitas layanan	nilai nasabah	loyalitas nasabah
N		100	100	100
Normal Parameters(a,b)	Mean	3.9000	3.9480	3.8860
	Std. Deviation	.36680	.34303	.34378
Most Extreme Differences	Absolute	.127	.127	.119
	Positive	.127	.127	.119
	Negative	-.123	-.119	-.110
Kolmogorov-Smirnov Z		1.274	1.269	1.188
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078	.080	.119

diketahui bahwa nilai signifikansi (Asym sig 2-tailed) kualitas layanan sebesar 0,078 nilai nasabah sebesar 0,080 dan loyalitas nasabah sebesar 0,119 dan semua > 0,05 maka data berdistribusi normal dan dalam pengujian normalitas data dinyatakan berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Multikolonieritas

Tabel 4.11 uji multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.610	.539		4.842	.000		
	kualitas layanan	.361	.088	.385	4.088	.000	.984	1.016
	nilai nasabah	-.033	.094	-.033	-.354	.724	.984	1.016

Dari tabel diatas menunjukkan nilai VIF Kerjasama Tim sebesar 0,984 dan 1,016, Nilai Nasabah sebesar 0,984 dan 1,016. Berarti dalam penelitian ini model regresi memenuhi pedoman model regresi yang bebas dari multikolinieritas.

b. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.12 uji heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.018	.207		.089	.929
	Kualitas layanan	.011	.037	.031	.306	.760
	Nilai nasabah	.028	.038	.074	.728	.468

Dari Tabel 4.12 diatas nilai sig mempunyai nilai lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.610	.539		4.842	.000
	kualitas layanan	.361	.088	.385	4.088	.000
	nilai nasabah	-.033	.094	-.033	-.354	.724

Dari Tabel 4.13 maka bisa di ketahui persamaan linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 2,610 + 0,361 x_1 + (-0,33) x_2$$

Keterangan:

Y = loyalitas nasabah

a = konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = koefisien regresi

X1= kualitas layanan

X2= nilai nasabah

5. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Tabel 4.15 Hasil uji simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.786	2	.893	8.737	.000(a)
	Residual	9.914	97	.102		
	Total	11.700	99			

Berdasarkan Tabel 4.15 di peroleh nilai F dalam uji Anova data dinyatakan berpengaruh signifikan jika nilai sig < 0.05 dan dari hasil pengujian diperoleh 0,000 maka secara simultan variabel kerjasama tim dan kreativitas berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

b. Uji T (parsial)

Uji t (uji parsial) ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1. Hipotesis 1

Nilai t uji X1 memiliki nilai P value $0,000 < 0,05$ memiliki pengaruh signifikan antara variabel Kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, nilai konstanta menunjukkan hasil positif (0,000) yang berarti setiap kenaikan satu tingkat dari variabel kualitas layanan akan menyebabkan naiknya nilai dari Loyalitas nasabah bank BRI Kk Unisma Malang.

2. Hipotesis 2

Nilai t uji X2 memiliki nilai P value $-0,354 > 0,05$ sehingga P value tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah nilai konstanta menunjukkan hasil positif (-0,354) yang berarti setiap kenaikan dari variabel nilai nasabah akan menyebabkan turunnya nilai dari loyalitas nasabah bank BRI Kk Unisma Malang.

6. Uji Determinasi

Tabel 4.16 Output Tabel Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.391(a)	.153	.135	.31970

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,153. Dimana dari nilai tersebut dapat dilihat bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh Kualitas Layanan dan Nilai Nasabah sebesar 0,153. Sehingga dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh Kualitas layanan dan Nilai Nasabah sebesar 15,3% dan sisanya 84,7% dipengaruhi oleh hal-hal lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

Dari hasil penelitian ini variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BRI unisma malang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh:

Susanto dkk (2012) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, tetapi ada pengaruh yang signifikan secara parsial kualitas produk terhadap loyalitas, hasil juga menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan secara bersma-sama kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas.

Herry, damayanti (2014) yang menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, tetapi ada pengaruh yang signifikan secara parsial kualitas

produk terhadap loyalitas konsumen, hasil juga menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Namun penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Saputro dkk(2010) yang menyatakan variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Dari hasil penelitian variabel nilai nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah bank BRI Kk Unisma Malang. Sehingga dapat disimpulkan variabel nilai nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh:

Wungow (2007) hasil penelitian ini menunjukkan variabel kualitas layanan, citra, nilai dan kepuasan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini disebabkan karena kurangnya nilai pelayanan yang dirasakan nasabah dari bank BRI Kk Unisma Malang. Karena terjadinya penumpukan antrian yang disebabkan karena pada saat peneliti melakukan penelitian bertepatan dengan pembayaran spp mahasiswa Universitas Islam Malang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan dan nilai nasabah berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah bank BRI Kk Unisma Malang.
2. nasabah terhadap Bank BRI Kk Unisma Malang, dan Variabel nilai nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Kk Unisma Malang. Artinya semakin tinggi pengaruh variabel nilai nasabah yang dirasakan oleh nasabah maka tidak akan berpengaruh kepada loyalitas nasabah terhadap Bank BRI Kk Unisma Malang. Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Kk Unisma Malang. Artinya semakin tinggi pengaruh variabel kualitas layanan yang dirasakan oleh nasabah maka semakin tinggi pula loyalitas

Keterbatasan

1. Kendala yang dihadapi dalam penelitian ini adalah sulitnya mendapatkan izin penelitian di Bank BRI Kk Unisma Malang karena harus menunggu izin dari Bank BRI pusat Kota Malang

2. Nasabah atau responden dalam mengisi kuisioner ini dalam keadaan sibuk sehingga nasabah kurang fokus dalam menanggapi pernyataan yang ada dalam kuisioner.

Saran

1. Bank BRI Kk Unisma Malang harus meningkatkan nilai dari pelayanan agar nasabah merasa puas dan nyaman menggunakan jasa perbankan khususnya Bank BRI Kk Unisma Malang.
2. Dalam upaya memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah diharapkan para karyawan Bank BRI Kk Unisma Malang selalu berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pengunjung, yaitu dengan memberikan pelayanan dengan ramah, bersikap sopan serta selalu berusaha tanggap terhadap nasabah yang membutuhkan bantuan.
3. Penelitian ini dilakukan pada Bank BRI Kk Unisma Malang. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk membandingkan dengan Bank lainnya agar mendapat hasil penelitian yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Darsono. 2004. *“Manajemen Keuangan”*. Yogyakarta: BPFE.
- Damayanti, Herry. 2014. *“Pengaruh Kualitas layanan dan produk terhadap Loyalitas”*.
- Finch. 2004. *“Menjadi Customer Service Representative Yang Sukses”*, Edisi 1, Victory Jaya Abadi, Jakarta.
- Ghozali. 2005. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”*. Edisi ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas diponegoro
- Griffin. 2007. *“Manajemen Pemasaran”*. Jilid 1, Edisi 12 Jakarta: Penerbit Indeks.
- Huriyati. 2009. *“Customer Loyalty”*, Jakarta: Erlangga.
- Ishak. 2011. *“Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan konsumen terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs”*. Jurnal Siasat Bisnis Vol 15. No 1. Januari 2011: 56-66
- Kotler. 2004. *“Manajemen Pemasaran”*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Laksana Fajar. 2008. *“Manajemen Pemasaran”*. Yogyakarta: FE USU.
- Parasuraman. 2006. *“Dasar-Dasar Pemasaran”*. Jakarta: PT. Prehallindo
- Parves, akbar. 2009. *“nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan”*. <http://www.Hendryza.wordpress.com>
- Render, Heizer, 2009. *“Manajemen Operasi”*. Buku 1, Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputro dkk. (2010), *“analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan”*.
- Sugiyono. 2011. *“Metodologi Penelitian Bisnis”*, Alfabeta, Bandung.
- Susanto dkk. 2012. *“pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap loyalitas konsumen”*.
- Supomo. indrianto, 2014. *“Metodologi Penelitian”*. Jakarta: salemba empat
- Tjiptono. 2007. *“Strategi Pemasaran”*. Edisi ke 1. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wungow. 2007. *“kualitas layanan, citra, nilai dan kepuasan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan”*.

*) Richi Irawan adalah Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.

**) N, Rachna. Dosen tetap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.