

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PT BPR HOKI DI KABUPATEN TABANAN

Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi<sup>1</sup>  
Ni Nyoman Kerti Yasa<sup>2</sup>  
Putu Gde Sukaatmadja<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
Email: [sagita19@gmail.com](mailto:sagita19@gmail.com)

### ABSTRAK

Perkembangan BPR khususnya di Provinsi Bali sangat menjanjikan. Industri BPR menempati peran yang sangat penting dalam sektor ekonomi, terutama dalam mendukung pengembangan usaha mikro dan menengah. Semakin ketat persaingan antar BPR, maka pelayanan yang BPR berikan harus lebih optimal sehingga perusahaan mampu memenangkan persaingan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan. Jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan 150 responden. Responden dipilih dengan metode *purposive sampling*. Data diproses dan dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *software* AMOS. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

**Kata kunci** : Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas Nasabah

### ABSTRACT

The development of BPR especially in Bali province really promising. Industry of BPR takes a very important role in economic sector, especially in supporting micro and medium business development. The tighter competition among those BPR, themselves the service should be done more optimally, so that the company is able to win the competition. The purpose of this study was to determine the effect of service's quality toward customer satisfaction and loyalty at PT BPR Hoki at Tabanan regency. The number of respondent on this research is defined 150 respondents. Respondents were selected by purposive sampling method. The data processed and analyze by Structural Equation Modeling (SEM) and AMOS software. Statistical analysis showed that service quality, customer satisfaction, and loyalty has a positive and significant relationship.

**Keywords** : Service Quality, Satisfaction, Customer Loyalty

### PENDAHULUAN

Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan suatu negara (Hermansyah, 2009:7). Jasa bank dibutuhkan oleh banyak sektor yang

berhubungan dengan kegiatan keuangan (Kasmir, 2002:2). Kepercayaan merupakan kunci dari bisnis perbankan oleh karena itu prinsip kehati-hatian sangat diperlukan. Unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan. Kepercayaan juga sangat diperlukan untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang (Akbar dan Parves, 2009).

Lembaga perbankan yang dikenal di Indonesia yang diatur dalam ketentuan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No.7 tahun 1992 sebagaimana yang telah diubah dalam UU No.10 tahun 1998 mengklasifikasikan bank dalam dua jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank yang kegiatan usahanya dilakukan secara konvensional, tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, dan dijalankan berdasarkan prinsip syariah disebut Bank Perkreditan Rakyat

Pelayanan kepada masyarakat perlu ditingkatkan sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang terus berkembang. Perkembangan BPR khususnya di Provinsi Bali sangat menggembirakan sebagaimana data dari Perbarindo (Perhimpunan Bank Perkreditan Rakyat Indonesia) pada bulan Desember 2012. Jumlah Bank Perkreditan Rakyat di Provinsi Bali sebanyak 138 BPR yang tersebar di 9 Kabupaten.

Provinsi Bali tercatat sebagai Provinsi ke-4 yang memiliki jumlah BPR terbanyak setelah Provinsi Jawa Barat (404 BPR), Jawa Timur (304 BPR), dan Jawa Tengah (282 BPR). Tabel 1 menunjukkan, dari sembilan kabupaten yang ada di Provinsi Bali, Kota Tabanan merupakan kabupaten ketiga yang memiliki jumlah BPR terbanyak yaitu berjumlah 24 unit.

**Tabel 1**  
**Jumlah BPR di Provinsi Bali**  
**Desember 2012**

No	Kabupaten	Jumlah (unit)	Persentase (%)
1	Badung	52	38,68
2	Gianyar	28	20,29
3	Tabanan	24	17,39
4	Denpasar	14	10,14
5	Buleleng	7	5,07
6	Klungkung	5	3,62
7	Karangasem	4	2,90
8	Bangli	3	2,17
9	Jembrana	1	0,72
Total		138	100

Sumber: Perbarindo, 2012

Kompetitor BPR saat ini tidak saja Koperasi dan LPD, kini Bank Umum sudah mulai membidik pangsa pasar BPR. Masuknya Bank Umum ke pasar BPR sebenarnya bukan hal yang baru. Semakin memanasnya tingkat persaingan BPR dengan lembaga keuangan lainnya menuntut BPR untuk segera berbenah diri. BPR yang tidak mampu menjalankan fungsinya dengan baik dapat mengakibatkan kesehatan BPR tersebut terganggu dan berujung pada proses likuidasi. Salah satu BPR di Kabupaten Tabanan yang mengalami proses likuidasi adalah BPR Nata Adipermana. Pada bulan Juni 2005 BPR Nata Adipermana resmi diakuisisi dan berubah menjadi PT BPR Hoki dan direlokasi ke Jalan Gajah Mada No.29.

Menjadi bank terpercaya, professional, serta menjadi pilihan utama bagi *stakeholder* dalam melaksanakan fungsinya sebagai lembaga intermediasi yang mampu berperan di dalam perekonomian daerah Bali merupakan visi BPR Hoki, dan misi BPR Hoki yaitu menjadi lembaga kepercayaan dengan memberikan pelayanan terbaik dan memuaskan sebagai sahabat keluarga yang setia.

Dalam usianya yang relatif muda (berdiri tanggal 20 Mei 2006) PT BPR Hoki sudah mampu menunjukkan eksistensinya. *Infobank* menganugerahkan PT BPR Hoki sebagai BPR terbaik di Indonesia dengan Predikat Sangat Bagus. PT BPR Hoki juga mendapat kehormatan dari *TreUNO Event Management* Jakarta yaitu *Trust & Smart Companies Award Winner 2012* untuk kategori *The Most Reliable Financial Services Highly of The Year*.

**Tabel 2**  
**Jumlah Kredit, Tabungan, dan Deposito PT BPR Hoki**  
**Periode 2008-2011**

	2008		2009	
	Nasabah (orang)	Jumlah Dana (Rp)	Nasabah (orang)	Jumlah Dana (Rp)
Kredit	698	14.867.929.874	945	14.947.682.818
Tabungan	1.449	2.930.486.366	1.694	2.980.844.997
Deposito	232	11.712.829.851	301	16.236.249.814
	2010		2011	
	Nasabah (orang)	Jumlah Dana (Rp)	Nasabah (orang)	Jumlah Dana (Rp)
Kredit	1.222	23.168.939.562	1.224	22.666.234.392
Tabungan	1723	3.867.401.520	1667	4.541.191.188
Deposito	424	21.586.467.296	398	20.338.149.799

Sumber: PT BPR Hoki, 2012

Permasalahan pada PT BPR Hoki mulai terlihat pada tahun 2011. Selisih deposito yang diterima pada tahun 2011 dibandingkan dengan tahun 2010 setelah diakumulasikan kurang lebih sebesar Rp 1.250.000.000. Jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya yaitu tahun 2008-2010, jumlah deposito yang diterima oleh PT BPR Hoki selalu mengalami peningkatan. Hasil wawancara terhadap 20 orang nasabah pada Tabel 3 menunjukkan belum maksimalnya pelayanan yang diterima oleh nasabah yang terlihat dari jumlah keluhan terkait dengan pelayanan dan fasilitas pada BPR Hoki.

Penurunan deposito yang diperoleh bisa dikarenakan oleh kurang efektifnya kualitas pelayanan yang diberikan PT BPR Hoki yang dapat terlihat dari jumlah *complaint* yang diterima. Suatu tantangan besar bagi pengelola perbankan untuk memberikan dan mempertahankan kepuasan nasabah. Loyalitas hanya bisa diperoleh apabila pelanggan merasa sangat puas. Keselarasan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dapat membantu membidik target pasar dengan keterbatasan sumber daya pemasaran yang dimiliki (Kheng *et al.*, 2010).

**Tabel 3**  
**Daftar Keluhan Nasabah pada**  
**PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan**

No	Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan	Persentase (%)
1	Kecepatan pelayanan	5	25
2	Area parkir	4	20
3	Ketepatan waktu pelayanan	3	15
4	Kemampuan staf	3	15
5	Ketulusan membantu	2	10
6	Keamanan bertransaksi	2	10
7	Toilet	1	5
Total		20	100

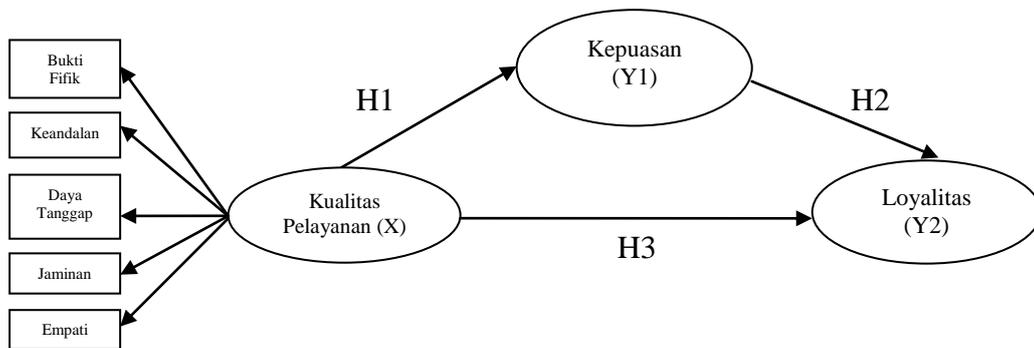
Sumber: Hasil wawancara, 2012

Dengan mengoptimalkan sistem jemput bola dan penambahan tunjangan ataupun gaji karyawan diharapkan dapat meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Dibandingkan pelanggan baru, biaya melayani pelanggan loyal lebih kecil hingga enam kali lipat (Pfeifer, 2005). Pelanggan yang puas akan memberitahu tiga sampai lima orang mengenai produk atau layanan yang mereka terima tetapi di sisi lain pelanggan yang tidak puas akan mengatakan ke 10 hingga 12 orang (Janet, 2009). Ini menunjukkan betapa pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan. Lebih baik menjaga pelanggan yang sudah ada, sebelum memperoleh pelanggan baru (Walsh *et al.*

2005). Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah BPR Hoki di Kabupaten Tabanan.

### **Kerangka Berpikir dan Konseptual**

Kelima aspek kualitas jasa (SERVQUAL) bila diterapkan secara bersama akan dapat membangun layanan yang berkualitas prima dan memuaskan. Ketidakpuasan pelanggan dapat dihindari dengan menjaga kualitas pelayanan. Perbaikan kualitas pelayanan secara berkelanjutan sangat diperlukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dapat dikonseptualisasikan menjadi satu bingkai (Zeithaml dalam Siddiqi, 2011). Berdasarkan uraian kerangka berfikir, maka dapat digambarkan kerangka konseptual:



**Gambar 1 Hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah**

### **Hipotesis Penelitian**

#### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah**

Sanka (2012) mengungkapkan ada korelasi positif dan signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Menurut Bedi dalam Ming *et al.* (2010) memberikan layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut sejalan dengan Naeem dan Saif (2009) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari kualitas pelayanan.

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Hoki.

#### **Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah**

Dalam penelitian Molina *et al.* (2007), Molaee *et al.* (2013) serta Anggraeni dan Kerti-Yasa (2012) dinyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Anton dalam Singh (2006) menyebutkan bahwa niat pembelian kembali, merekomendasikan produk atau layanan, loyalitas dan profitabilitas memiliki hubungan positif dengan kepuasan.

H2 : Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Hoki.

#### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah**

Penelitian Manjunath dan Aluregowda (2013) menunjukkan kualitas pelayanan merupakan elemen penting untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Siddiqi (2011) menyatakan loyalitas pelanggan dihasilkan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang tinggi. Akbar dan Parves (2009) memaparkan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas memiliki hubungan positif

dan signifikan. Dalam mengambil kebijakan untuk meningkatkan loyalitas, kualitas pelayanan perlu diperhatikan karena berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Yani, 2004).

H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Hoki.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kausal karena penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah pada PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan.

### **Lokasi Penelitian**

PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan yang beralamat di Jalan Gajah Mada No.29 merupakan lokasi penelitian. Mengetahui faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah deposito periode tahun 2010-2011 yang mungkin disebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang maksimal, yang terlihat dari jumlah keluhan yang diterima oleh PT BPR Hoki merupakan tujuan penelitian.

### **Identifikasi variabel**

Variabel *eksogenous* yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yang dikembangkan dari penelitian Siddiqi (2011), Choudhury (2008), Al Rousan *et al.* (2010), dan Mishra *et al.* (2010). Variabel *intervening* diwakili oleh konstruk kepuasan yang diukur oleh 4 indikator yang dikembangkan dari penelitian Presbury *et al.* (2005) dan Melissa (2010). Terakhir, variabel *endogenous* diwakili

oleh konstruk loyalitas dengan 4 indikator yang dikembangkan dari penelitian Siddiqi (2011) dan Al Rousan *et al.* (2010).

### **Jenis Data**

Jenis data yang dipergunakan adalah data kuantitatif, seperti: jumlah nasabah, jumlah keluhan, desposito, tabungan, kredit, dan jumlah BPR yang tersebar di Provinsi Bali serta data kualitatif, seperti: pernyataan responden dan gambaran umum perusahaan (PT BPR Hoki).

### **Populasi dan Sampel**

Seluruh nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan yang berjumlah 3.289 orang merupakan populasi penelitian, dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga, dan pemilihan alat analisis maka tidak semua populasi dapat dijadikan sampel penelitian. Kisaran sampel antara 100-200 adalah kisaran yang sesuai untuk analisis SEM (Hair dkk dalam Ferdinand, 2002:47). Pedoman dalam menentukan ukuran sampel yang dipergunakan yaitu lima sampai sepuluh kali jumlah indikator penelitian (Ferdinand, 2002:48). Berdasarkan pandangan tersebut, maka sampel yang ditetapkan dalam penelitian adalah 150 responden (30 indikator x 5 = 150).

### **Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data**

Kuesioner merupakan instrumen penelitian yang berisikan pernyataan tertutup, dengan bentuk pertanyaan atau pernyataan memakai skala *interval*. Skala *interval* merupakan skala angka untuk memeringkat obyek sedemikian rupa sehingga jarak setara secara numeric mewakili jarak setara karakteristik yang

sedang diukur (Malhotra, 2009:278). Teknik *purposive sampling* digunakan untuk pengumpulan sampel. Pertimbangan yang digunakan dalam memilih responden yaitu: nasabah dengan tingkat pendidikan minimal SMA atau sederajat, dan merupakan nasabah kredit dan tabungan PT BPR Hoki minimal enam bulan.

### **Teknik Analisis Data**

SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan AMOS *software* (*Analysis of Moment Structure*) adalah analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini. SEM digunakan untuk membenarkan adanya kausalitas teoritis melalui uji data empirik bukan untuk menghasilkan kausalitas (Ferdinand, 2002:35).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Dari hasil analisis terungkap bahwa responden laki-laki lebih dominan dibandingkan dengan responden perempuan sebesar 66,7 persen. Dari segi usia, responden di atas umur 49 tahun adalah responden terbanyak berjumlah 60,7 persen. Responden pada BPR Hoki mayoritas berpendidikan SMA/SMK yaitu sebesar 45,3 persen. Dilihat dari status pekerjaannya, responden dengan status bekerja lebih dominan dengan jenis pekerjaan sebagai wiraswasta, karyawan swasta, dan pegawai negeri sipil bila dibandingkan dengan responden yang tidak bekerja sebesar 63,3 persen. Ditinjau dari lama menjadi nasabah, responden dengan lama 18 bulan – 23 bulan merupakan responden terbanyak sebesar 60 persen.

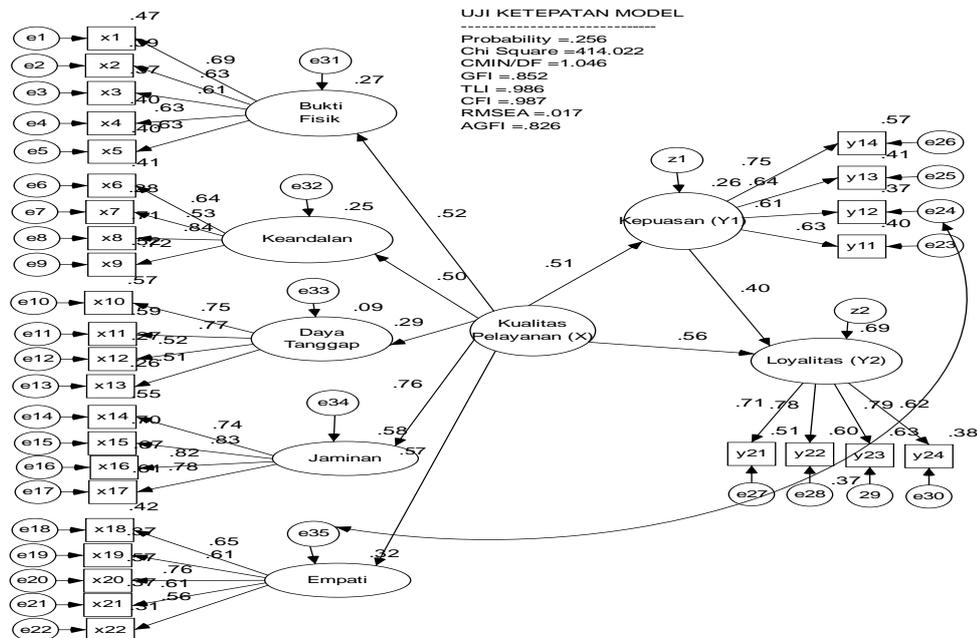


Evaluasi model delapan alat ukur pada Tabel 4 menunjukkan enam telah memenuhi nilai *cut of value* yang ditetapkan dan dua dinyatakan marginal yaitu GFI dan AGFI. Model dapat dimodifikasi untuk mendapatkan nilai yang lebih baik dan sesuai dengan kriteria *Cut off Value*. Tabel 5 memaparkan hasil modifikasi.

**Tabel 5**  
**Evaluasi Goodness of Fit Indexes Full Model Struktural Modifikasi**

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut off Value</i>	Hasil Modifikasi	Keterangan
$\chi^2$ Chi-Square	Diharapkan kecil	414,022	Baik
Significance Probability	$\geq 0,05$	0,256	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,017	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,852	Marginal
AGFI	$\geq 0,90$	0,826	Marginal
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,046	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,986	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,987	Baik

Sumber: Data Diolah, 2013



Gambar 3. Uji Full Model Struktural Modifikasi

Dilihat dari angka probabilitasnya yaitu sebesar 0,256 sudah jauh lebih besar dari 0,05. Selain itu, model setelah dimodifikasi menunjukkan semua nilai MI tidak ada yang melebihi 10. Hasil evaluasi *Goodness of Fit* setelah dimodifikasi menunjukkan hasil yang lebih baik, meskipun setelah dimodifikasi nilai GFI dan AGFI masih tergolong marginal, sehingga model ini sudah dikatakan *fit*.

Hubungan kausalitas antara konstruk eksogen dengan endogen dalam suatu penelitian dapat diketahui melalui Uji Kausalitas. Nilai *critical ratio* (CR)  $\neq 0$  (semua lebih besar dari dua), dan nilai  $p < 0,05$ , maka dapat dinyatakan variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan, serta loyalitas nasabah memiliki hubungan yang nyata.

### Hasil Pengujian Hipotesis

Dari hasil analisis, *standardized regression weight* masing-masing konstruk dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6**  
***Standardized Regression Weights Model Persamaan Struktural***  
**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan**  
**dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki**

Hipotesis	Konstruk		Koefisien Jalur		
			<i>Direct Effect</i>		
			<i>Std-ize</i>	<i>P-value</i>	<b>Ket</b>
H <sub>1</sub>	Kualitas pelayanan	Kepuasan	0,513	0,000	Sig
H <sub>2</sub>	Kepuasan	Loyalitas	0,395	0,000	Sig
H <sub>3</sub>	Kualitas pelayanan	Loyalitas	0,555	0,000	Sig

Sumber: Data Diolah, 2013

Dari output *standardized regression weight* pada Tabel 6, diketahui:

- 1) Hipotesis 1 yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Hoki, diterima dengan koefisien sebesar 0,513 dan *p value* sebesar 0,000.
- 2) Hipotesis 2 yang menyatakan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Hoki, diterima dengan koefisien sebesar 0,395 dan *p value* sebesar 0,000.
- 3) Hipotesis 3 yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Hoki, diterima dengan koefisien sebesar 0,555 dan *p value* sebesar 0,000.

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah**

Analisa model riset secara statistik memperlihatkan kualitas pelayanan tidak hanya berpengaruh kepada kepuasan tetapi juga pada loyalitas nasabah, dimana dua hal tersebut menjadi tujuan utama perusahaan untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Kualitas pelayanan yang baik dapat menghasilkan kepuasan nasabah yang tinggi, begitu pula kebalikannya kualitas pelayanan yang buruk menyebabkan rendahnya kepuasan nasabah PT BPR Hoki.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Sanka (2012) dan Zafar *et al.* (2012) yang menyatakan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif dan signifikan. Penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian dari Naeem dan Saif (2009). Menurut Bedi dalam Ming *et al.* (2010) pengiriman layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah**

Variabel kepuasan terdiri atas empat indikator, yaitu: kesesuaian manfaat dengan biaya, kepuasan terhadap pelayanan, kepuasan terhadap produk yang ditawarkan, dan kepuasan secara keseluruhan. Semakin baik kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap PT BPR Hoki menyebabkan tingkat loyalitas nasabah meningkat, sebaliknya rendahnya tingkat kepuasan yang dirasakan menyebabkan loyalitas nasabah juga semakin rendah. Promosi secara gratis biasa dilakukan oleh pelanggan yang merasa puas atas pelayanan yang diterima. Begitu sebaliknya, nasabah yang merasa kurang puas dapat mengakibatkan terjadinya *terrorist customer* yaitu nasabah berbicara mengenai hal yang negatif mengenai perusahaan dikarenakan tidak puas terhadap pelayanan yang diperoleh.

Penelitian ini sejalan dengan Anggraeni dan Kerti-Yasa (2012), Molaee *et al.* (2013), serta Molina *et al.* (2007) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Anton dalam Singh (2006) mengatakan bahwa niat pembelian kembali, kemungkinan merekomendasikan produk atau layanan, loyalitas, dan profitabilitas memiliki hubungan positif dengan kepuasan.

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah**

Hipotesis membuktikan, kualitas pelayanan yang baik dapat menyebabkan meningkatnya keinginan nasabah untuk berlaku loyal pada PT BPR Hoki begitu pula sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk menyebabkan keinginan nasabah untuk berlaku loyal semakin berkurang. Penelitian ini sesuai dengan penelitian Manjunath dan Aluregowda (2013) yang menunjukkan kualitas pelayanan

merupakan elemen penting untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Akbar dan Parves (2009) memaparkan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas memiliki hubungan positif dan signifikan. Siddiqi (2011) menyatakan loyalitas pelanggan dihasilkan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang tinggi. Dalam mengambil kebijakan untuk meningkatkan loyalitas, kualitas pelayanan perlu diperhatikan karena variabel ini berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Yani, 2004).

### Pengaruh tidak langsung dan pengaruh total

**Tabel 7**  
***Indirect Effect dan Total Effect***

Konstruk Eksogen	Konstruk Endogen	Koefisien Jalur <i>Indirect Effect</i>		Koefisien Jalur <i>Total Effect</i>
		<i>Intervening</i>	<i>Standardized</i>	<i>Standardized</i>
Kualitas Pelayanan	Loyalitas	Kepuasan Nasabah	0,203	0,758

Sumber: Data Diolah, 2013

Dengan melihat Tabel 7, diketahui pengaruh total adalah 0,758 dan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan nasabah adalah 0,203. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa pengaruh langsung lebih kuat pengaruhnya jika dibandingkan pengaruh tidak langsung, artinya nasabah yang loyal terhadap PT BPR Hoki lebih dominan ditentukan oleh kualitas pelayanan dibandingkan bila melalui kepuasan nasabah.

### Implikasi dan Keterbatasan Penelitian

Implikasi manajerial dalam pengelolaan layanan pada PT BPR Hoki yaitu kualitas pelayanan hendaknya mendapatkan perhatian yang lebih dari manajemen PT BPR Hoki, karena pengaruhnya tidak hanya kepada kepuasan tetapi juga pada

loyalitas nasabah. Jaminan merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan dengan demikian, pihak manajemen PT BPR Hoki perlu melakukan usaha ekstra untuk dapat mempertahankan kondisi tersebut.

Keterbatasan pada penelitian ini adalah masih adanya *outliers* dalam penelitian serta masih banyak variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah selain kualitas pelayanan. Penelitian mendatang diharapkan dapat menambah jumlah variabel penelitian yang dipergunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan serta loyalitas.

#### **SIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil pengujian data dan pembahasan yaitu kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah PT BPR Hoki memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Artinya, kualitas pelayanan yang baik menyebabkan tingkat kepuasan serta keinginan nasabah untuk berlaku loyal meningkat, sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk mengakibatkan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap PT BPR Hoki juga semakin rendah.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan simpulan di atas adalah, hendaknya manajemen PT BPR Hoki lebih memperhatikan kualitas pelayanan khususnya dimensi daya tanggap karena daya tanggap merupakan dimensi yang dinilai paling buruk oleh responden, oleh karena itu dimensi daya tanggap perlu mendapat perhatian khusus dari manajemen BPR Hoki. Perbaikan terhadap dimensi daya tanggap dapat dimulai dengan memberikan pelatihan kepada *customer service* dan *teller* yang setiap hari bertatap muka dan berinteraksi dengan para nasabah. *Customer service* harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara cepat dan

tepat. Semua staf BPR Hoki harus memiliki kemampuan berkomunikasi, sopan santun, cekatan, dan bertanggung jawab terhadap nasabahnya. Semua hal tersebut dapat dimulai dengan memberikan pelatihan secara rutin kepada seluruh staf mengenai *Standard Operating Procedure* (SOP) serta mengikuti seminar dan pelatihan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

## REFERENSI

- Anggraeni, Ni Made Savitri dan Ni Nyoman Kerti Yasa, 2012, “*E-service Quality* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking”, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 16, No. 2, pp. 329 -343.
- Akbar, M.M., and Parvez, N. 2009. Impact of Services Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *ABAC Journal*, Vol. 29, No. 1, pp. 24-38.
- Al-Rousan, Ramzi, M., and Mohamed, B. 2010. Customer Loyalty and the Impacts of Service Quality: The Case of Five Star Hotels in Jordan International, *Journal of Business and Economic Sciences*, Vol. 5, pp. 202-208.
- Choudhury, K. 2008. Service Quality: Insights from The Indian Banking Scenario, *Australasian Marketing Journal*, Vol. 16, No. 1, pp. 48-61.
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Hermansyah. 2009. *Revisi Hukum Perbankan Undonesia*. Jakarta: Kencana.
- Janet, B. 2009. How to Turn Complaints into Loyalty. (online), (<http://www.dealerscope.com/article/if-your-customers-have-problems-fix-them-immediately-416742/1>)
- Kasmir. 2002. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kheng, L.L., Mahamad, O., Ramayah, T., and Mosahab, R. 2010. The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia, *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 2, No. 2, pp. 57-66.
- Malhotra, N. K. 2009. *Riset Pemasaran*. Edisi Keempat. Jakarta: PT Indeks.
- Manjunath, S.J. and Aluregowda. 2013. Impact of Services Quality on Customer Satisfaction at AXIS Bank, *International Journal of Management and Social Sciences Research (IJMSSR)*, Vol. 2, No. 3, pp. 63-69.
- Melissa. 2010. Pengaruh Retali Service dan Store Image terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Pepito Supermarket Kuta-Bali. *Tesis*. Denpasar: Program Studi Magister Manajemen Universitas Udayana.
- Mishra, U.S., Saho, K.K., Mishra, S., and Patra, S.K. 2010. Services Quality Assessment in Banking Industry of India : A Comparative Study Between

- Public and Private Sectors, *European Journal of Social Sciences*, Vol. 16, No. 4, pp. 653-669.
- Ming, S.L., Huey, D.H., and Ming, F.Y. 2010. The Study of The Relationship Among Experiential Marketing, Services Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty, *International Journal of Organizational Innovation*, pp. 352-378.
- Molaei, M., Ansari, and Telmouri, H. 2011. Analyzing The Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction and Loyalty in The Banking Industry of Iran, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Vol. 13, No. 3, pp. 5-13.
- Molina, A., Consuegra, D., Esteban, A. 2007. Relation Benefit and Customer Satisfaction in Retail Banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25, No. 4, pp. 253-270.
- Naeem, H., and Saif, I. 2009. Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction: An Empirical Evidence from the Pakistani Banking Sector, *The International Business and Economics Research Journal*, Vol. 8, No. 12, pp. 99-104.
- Pfeifer, P. 2005. The Optimal Ratio of Acquisition and Retention Costs, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 13, No. 2, pp. 179-188.
- Presbury, Rayka, Anneke Fitzgerald and Ross Chapman. 2005. Impediments To Improvements In Service Quality In Luxury Hotels, *Managing Service Quality*, Vol. 15, No. 4, pp. 357-373.
- Sanka, M.S. 2012. Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector, *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, Vol. 1, No. 1, pp. 001-009.
- Siddiqi, K.O. 2011. Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 3, pp. 12-36.
- Singh, H. 2006. The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and Retention, Asia Pacific University College of Technology & Innovation Technology Park Malaysia, *UCTI Working Paper*, pp. 1-6.
- Walsh, G., Groth, M., dan Wiedmann, K.P. 2005. An Examination of Consumers' Motives to Switch Energy Suppliers, *Journal of Marketing Management*, Vol. 21, pp. 421-440.
- Yani, E. 2004. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Sumut di Medan, *Tesis*, Medan: Program Pascasarjana Universitas Sumatra Utara.
- Zafar, M., Zafar, S., dan Asif, A. 2012. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis of Banking Sector in Pakistan, *Information Management and Business Review*, Vol. 4, No. 3, pp. 159-167.