

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI PEMEDIASI
(Survei pada Nasabah Tabungan Tamades pada
PD BKK Karanganyar Cabang Kebakkramat)**

Rohwiyati ¹⁾

Mulyono ²⁾

^{1,2)} Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta

e-mail: ¹⁾ bagastisa02@gmail.com ;

²⁾ mulyono2511@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyses the role of customer satisfaction as mediating variable of the effect service quality on customer loyalty. This study using sample of 100 customers who have savings bank account of Tamades product owned PD BKK in Karanganyar of the Kebakkramat Branchs. To test hypothesis using path analysis. The result shows that (1) service quality has significance effect on customer loyalty, so the hypothesis 1 accepted; (2) service quality has significance effect on customer satisfaction, so the hypothesis 2 accepted; (3) customer satisfaction has significance effect on customer loyalty, so the hypothesis 3 accepted; (4) effect of service quality on customer loyalty mediated customer satisfaction, so the hypothesis 4 accepted.

Keywords: *service quality, customer satisfaction, customer loyalty*

PENDAHULUAN

Intermediasi keuangan adalah fungsi penting lembaga keuangan perbankan, bank berfungsi menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit. PD BKK salah satu Bank Perkreditan Rakyat (BPR) berbentuk hukum perusahaan daerah selain menghimpun dana masyarakat, melayani dan membantu pemberian pinjaman (kredit) bagi masyarakat pedesaan maupun pengusaha kecil. Untuk meningkatkan volume simpanan antar perbankan ritel saling bersaing menarik nasabah sebanyak-banyaknya. Melihat ketatnya persaingan saat ini PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat terus berupaya mencari strategi bisnis untuk menggalang loyalitas nasabah. Tamades adalah produk tabungan BKK yaitu simpanan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dan pegawai dan pelajar agar dana simpanan memberikan manfaat yang maksimal dan berhadiah yang diundi setiap tahun. Sejalan dengan ketatnya persaingan antar lembaga keuangan perbankan, mempertahankan nasabah

agar tetap loyal merupakan suatu hal yang amat penting bagi kelangsungan usaha PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat.

Loyalitas pelanggan terhadap bisnis merupakan salah satu cara agar bisnis perbankan tetap kompetitif. Kualitas layanan sejak tiga dekade terakhir telah mampu menarik perhatian para praktisi, peneliti dan manajer utama karena pengaruh kuatnya terhadap dimensi operasi bisnis, profitabilitas, loyalitas pelanggan dan kepuasan (Sureshchander et al., 2002; Leonard dan Sasser, 1982; Cronin dan Taylor 1992; Newman, 2001; Lasser et al., 2000; Hallowell, 1996; Seth dan Deshmukh, 2005). Kualitas layanan dianggap sebagai elemen kunci bagi manajemen puncak dalam organisasi bisnis yang sukses (Bloese et al., 2005).

Di sektor perbankan, seluruh rangkaian kegiatan usaha sangat erat kaitannya dengan nasabah. Pelanggan cenderung menuntut dan sering menjadi kritis terhadap kualitas layanan dan produk yang disediakan, sehingga mempertahankan pelanggan menjadi isu penting.

Untuk mempertahankan pelanggan dan mempertahankan kepentingan pelanggan jangka panjang, bank perlu mempertahankan kelangsungan usaha dengan menjaga hubungan dengan pelanggan mereka. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan memahami kebutuhan nasabah bank dengan terus memberikan pelayanan terbaik bagi mereka (Lee & Moghavvemi, 2015). Berry, Parasuraman, dan Zeithaml (1988) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah senjata paling kuat dan kompetitif bagi perusahaan jasa.

Banyak penelitian telah dilakukan untuk memahami sifat dan dimensi kualitas layanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Robinson, 1999; Behara, Fisher, & Lemmink, 2002; dan Ladhari, Ladhari, & Morales, 2011). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kheng et al. (2010) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di Bank Penang Malaysia. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Osman et al. (2016) bahwa kualitas pelayanan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada industri perbankan di Malaysia.

Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada industri perbankan ritel diperoleh temuan yang beragam. Penelitian yang dilakukan Bloemer et al. (1998); Kheng et al. (2010); dan Madjid et al. (2013) menghasilkan temuan yang konsisten bahwa kepuasan nasabah memiliki efek positif dan menjadi prediktor penting dari loyalitas nasabah, sebaliknya penelitian yang dilakukan Koksall & Dema (2014) menunjukkan bahwa kepuasan tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada loyalitas nasabah bank komersial di Albania.

Peran kepuasan nasabah sebagai variabel pemediasi pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada industri perbankan di Penang Kuala Lumpur pernah diteliti oleh Kheng et al. (2010). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah, dengan kata lain kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas na-

sabah. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfin (2013) dengan menggunakan sampel nasabah tabungan Taplus BNI di empat kota Jawa Timur (Surabaya, Jember, Malang, Kediri) bahwa kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

Sejalan dengan adanya kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model untuk menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan dengan loyalitas nasabah, di mana kepuasan berperan sebagai variabel pemediasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek dan periode penelitian. Penelitian ini mengambil objek pada PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat, sedangkan periode penelitian dilakukan pada tahun 2017.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi kepuasan nasabah produk tabungan Tamades di PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat. Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai kebijakan bagi manajemen terhadap permasalahan yang terjadi dalam upaya mempertahankan dan menggalang loyalitas nasabah produk tabungan Tamades di PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat.

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

”Kualitas pelayanan adalah kemampuan organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan” (Payne, 2010: 275). Dalam teori pemasaran, kepuasan yang dirasakan pelanggan merupakan elemen penting karena akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen di masa mendatang dan nilai profitabilitas pemegang saham (Jan et al., 2013: 3).

Penelitian sebelumnya mengindikasikan hasil yang konsisten bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia layanan. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Kheng et al. (2010); Alfin (2013); Osman & Ilham (2014) ; Osman et al.(2016); Rahman & Anwar (2016) dalam lingkup perbankan ritel memperoleh temuan yang konsisten bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Perusahaan perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya karena pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi dan biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan dengan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Pelanggan loyal cenderung untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan perusahaan yang dapat menghasilkan frekuensi pembelian tinggi serta volume yang lebih besar dari pembelian, menghemat biaya iklan dan promosi untuk menarik pelanggan baru (Rai & Srivastava, 2012: 50).

Penelitian Mosahab et al. (2010) menggunakan sampel nasabah pada industri perbankan di Tehran Iran menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Kheng et al. (2010); Malik et al. (2011); Alfin (2013); Osman & Ilham (2014) ; Osman et al.(2016); Rahman & Anwar (2016) dalam lingkup perbankan ritel menghasilkan temuan yang konsisten bahwa kualitas pelayanan adalah prediktor yang signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan adalah penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, maka perusahaan harus terus menerus mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk membangun loyalitas pelanggan, perusahaan harus memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan (Sachro & Pudjiastuti, 2013: 33). Penelitian Mosahab et al. (2010) menggunakan sampel nasabah pada industri perbankan di Tehran Iran menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃ : Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

4. Peran Kepuasan Nasabah sebagai Mediasi pada Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Bloemer dan Ruyter (1997) dan Yang & Peterson (2004) diperoleh temuan bahwa loyalitas pelanggan dapat terbentuk dari kepuasan pelanggan, selain itu kepuasan ditemukan sebagai variabel mediasi. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Mosahab et al. (2010), Chang dan Fong (2010); Asgharian et al. (2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Kheng et al. (2010); Madjid et al. (2013); Alfin (2013); Osman & Ilham (2014); Osman et al.(2016); Rahman & Anwar (2016) dengan menggunakan sampel nasabah pada industri perbankan menghasilkan temuan bahwa kualitas pelayanan mempu-

nyai pengaruh pada kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Temuan lain menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kheng et al. (2010) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah terbukti sebagai variabel pemediasi pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada industri perbankan di Penang Kualalumpur. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfin (2013) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan Taplus BNI di empat kota wilayah Jawa Timur.

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄ : Kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Desain/rancangan penelitian ini adalah tipe eksplanatori yaitu menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah produk tabungan Tamades pada PD BKK sebanyak 3873 orang. Perhitungan sampel (n) menggunakan rumus Slovin (dalam Umar, 2009: 49) dengan menetapkan tingkat kesalahan atau *error* yang ditolerir (e) sebesar 10%. Perhitungan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

$$n = \frac{3873}{1 + (3873 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{3873}{1 + (3873 \times 0,01)}$$

$$n = 98$$

Dari hasil tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini 98 orang, untuk memudahkan pelaksanaan penelitian jumlah sampel akan diambil sebanyak 100 orang nasabah, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*.

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga instrumen meliputi kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Instrumen kualitas pelayanan diukur dengan lima dimensi *service quality* yang dikembangkan oleh Parasuraman et. al. (1988) yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Instrumen kepuasan nasabah diukur dengan empat indikator yang dikembangkan oleh Lee and Sedigheh (2015) yaitu layanan bank memenuhi harapan, perasaan senang, layanan bank adalah pilihan yang tepat, dan kepuasan menyeluruh. Instrumen loyalitas nasabah menggunakan tiga indikator yang dikembangkan oleh Lee and Sedigheh (2015) yaitu komitmen untuk tetap menjadi nasabah, berbicara positif tentang bank kepada orang lain, dan kesetiaan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala *Likert* 5 poin yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1).

Pengujian Data

Untuk menguji kualitas data dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan rumus Korelasi Pearson dan *Cronbach Alpha*.

Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan melalui empat uji yaitu uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

2. Teknik analisis data

Teknik analisis data menggunakan analisis jalur bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antara variabel kualiti-

tas pelayanan, kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah yang dibangun atas dua model persamaan sebagai berikut:

$$\text{Model 1: } Y_1 = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 Y_2$$

$$\text{Model 2: } Y_2 = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 Y_1 + \beta_3$$

Keterangan:

X = Kualitas pelayanan

Y_1 = Kepuasan nasabah

Y_2 = Loyalitas nasabah

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien jalur dihitung dari nilai *Standardized Coefficient (Beta)*

R^2 = Jumlah *variance* yang tak dapat dijelaskan (*Unexplained variance*)

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis 1 s/d hipotesis 3 dilakukan melalui uji t dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Pengujian hipotesis 4 dengan membandingkan total

koefisien pengaruh tidak langsung > koefisien pengaruh langsung.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Demografi

Karakteristik demografi responden disajikan seperti tabel 1 di bawah ini.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas melalui uji Korelasi *Pearson* menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah semuanya valid, ditunjukkan dengan *p value* < 0,05. Berdasarkan pengolahan data dengan program SPSS berikut ini disajikan hasil uji validitas butir pernyataan variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Hasil seperti tabel 2 di bawah ini.

Tabel 1. Analisis Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	43	43,00
	Perempuan	57	57,00
	Total	100	100,00
Tingkat Pendidikan	SD	4	4,00
	SMP	23	23,00
	SMA	47	47,00
	Diploma	18	18,00
	S1	8	8,00
Total		100	100,00
Tingkat Pekerjaan	PNS	26	26,00
	Pegawai Swasta	20	20,00
	Pedagang/Wirausaha	29	29,00
	Petani	16	16,00
	Pelajar/Mahasiswa	9	9,00
Total		100	100,00
Tingkat Penghasilan	< Rp. 1 juta	24	24,00
	Rp. 1 juta s/d 2 juta	42	42,00
	> Rp. 2 juta	34	34,00
Total		100	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No.	<i>p value</i>			Kesimpulan	
	Kualitas Pelayanan (X)	Kepuasan Nasabah (Y ₁)	Loyalitas Nasabah (Y ₂)		
1	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
2	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
3	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
4	0,000	0,000		0,05	Valid
5	0,000			0,05	Valid
6	0,000			0,05	Valid
7	0,000			0,05	Valid
8	0,000			0,05	Valid
9	0,000			0,05	Valid
10	0,000			0,05	Valid
11	0,000			0,05	Valid
12	0,000			0,05	Valid
13	0,000			0,05	Valid
14	0,000			0,05	Valid
15	0,000			0,05	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria uji	Kesimpulan
Citra Bank	0,961	0,60	Reliabel
Kepercayaan Nasabah	0,654	0,60	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,886	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	<i>Tolerance</i> (0,782; 0,782) > 0,1 <i>VIF</i> (1,279; 1,279) < 10	Tidak ada multikolinearitas
Uji heteroskedastisitas	$p (0,143; 0,402) > 0,05$	Tidak ada heteroskedastisitas
Uji autokorelasi	$p (0,603) > 0,05$	Tidak ada autokorelasi
Uji normalitas	$p (0,958) > 0,05$	Residual normal

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan uji reliabilitas instrumen diperoleh hasil bahwa instrumen untuk variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dinyatakan reliabel karena masing-masing variabel menghasilkan *Cron-*

bach Alpha > 0,60. Berdasarkan pengolahan data dengan program SPSS berikut ini disajikan pada tabel 3 hasil uji reliabilitas untuk instrumen kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan pengolahan data dengan program SPSS berikut ini disajikan hasil uji asumsi klasik meliputi Uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji normalitas seperti tabel 3 di atas.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi linear berganda tidak terjadi masalah multikolinearitas, tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, tidak terjadi masalah autokorelasi, dan residual normal.

Hasil Analisis Jalur

Langkah-langkah perhitungan analisis jalur dilakukan dengan melakukan analisis regresi terhadap kedua model. Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan, diperoleh hasil seperti tabel 5 berikut.

Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan, diperoleh hasil perhitungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung seperti tabel 6 berikut.

Pengujian Hipotesis

1. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan *p value* sebesar 0,000. Dengan demikian hipotesis 1 diterima atau terbukti kebenarannya.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, dengan *p value* sebesar 0,002. Dengan demikian hipotesis 2 diterima atau terbukti kebenarannya.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, dengan *p value* sebesar 0,000. Dengan demikian hipotesis 3 diterima atau terbukti kebenarannya.
4. Kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis jalur, di mana total koefisien pengaruh tidak langsung (0,488) > koefisien pengaruh langsung (0,297). Dengan demikian hipotesis 4 diterima atau terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil analisis jalur disajikan rangkuman koefisien *direct effect* dan *indirect effect* seperti pada skema berikut.

Tabel 5. Hasil Analisis Jalur

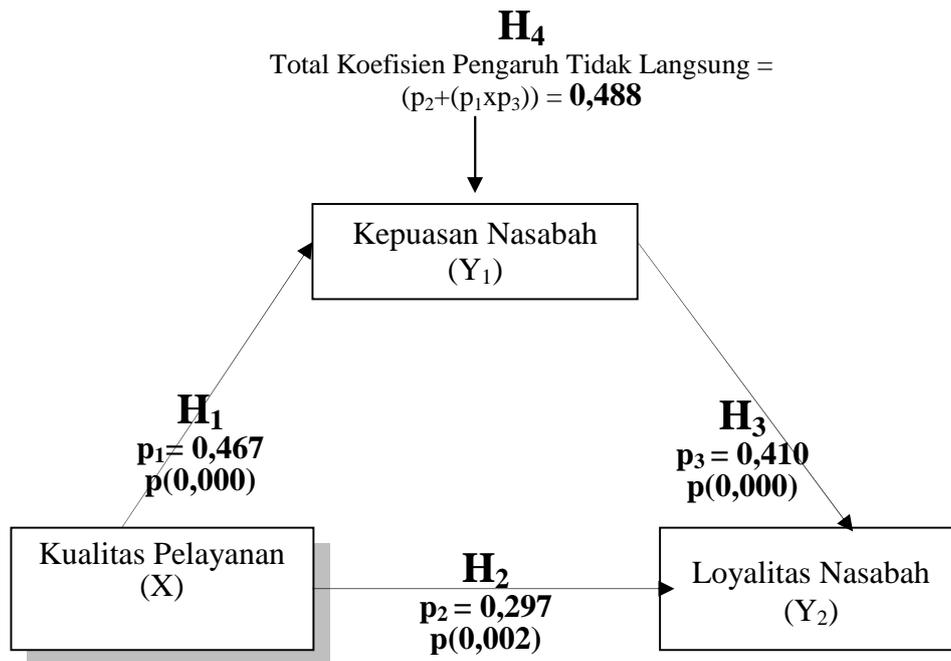
Model Regresi	Jalur	Koefisien Jalur	Nilai t hitung	Sig.	Kesimpulan
1	$X \rightarrow Y_1$	$p1 = 0,467$	5,896	0,000	H1 diterima
2	$X \rightarrow Y_2$	$p2 = 0,297$	3,253	0,002	H2 diterima
	$Y_1 \rightarrow Y_2$	$p3 = 0,410$	4,491	0,000	H3 diterima

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 6. Hasil Perhitungan Pengaruh Langsung (*Direct Effect*) dan Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Jalur	Koefisien Jalur	<i>Direct Effect</i>	<i>Indirect Effect</i>	Total <i>Indirect Effect</i>	Kesimpulan
$X \rightarrow Y_1$	$p1 = 0,467$				
$X \rightarrow Y_2$	$p2 = 0,297$				
$Y_1 \rightarrow Y_2$	$p3 = 0,410$				
$X \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2$		$p2 = 0,297$	$p1 \times p3 = 0,191$	0,488	H4 diterima

Sumber: Data primer diolah, 2017



Gambar 1. Rangkuman Koefisien *Direct Effect* dan *Indirect Effect*

Uji F

Hasil pengujian model dengan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 28,392 dengan *p value* (0,000) < 0,05 berarti model dinyatakan tepat (*fit*) dalam memprediksi pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi *Adjusted R²* bertujuan untuk mengukur besarnya persentase sumbangan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* adalah 0,356 artinya sumbangan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 35,6%, sisanya sebesar 64,4% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Temuan yang diperoleh dari penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah produk tabungan Tamades pada PD

BKK Karanganyar cabang Kebakkramat secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, artinya peningkatan kualitas pelayanan akan mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan, di mana terpenuhinya harapan pelanggan atas layanan yang berkualitas dapat mengakibatkan perasaan puas. Nasabah Tamades yang merasa puas disebabkan karena merasa memperoleh pelayanan yang baik dari pihak BKK terutama kecepatan dan kemudahan layanan, kehandalan dalam bentuk profesionalisme karyawan, dukungan sarana fisik, serta adanya sikap empati karyawan kepada semua nasabah. Hal ini membuktikan bahwa perasaan puas nasabah Tamades tidak bisa lepas dari kualitas pelayanan, sehingga peningkatan kepuasan nasabah atas pelayanan wajib dicapai. Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kheng et al. (2010); Alfin (2013); Osman & Ilham (2014); Osman et al.(2016); Rahman & Anwar (2016) bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan ritel.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan konsekuensi atau akibat dari adanya pelayanan yang berkualitas, sehingga nasabah akan semakin loyal dengan perusahaan apabila pelayanan yang diperoleh memiliki kualitas yang tinggi. Temuan ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Tamades pada PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat, berarti peningkatan kualitas pelayanan akan mempengaruhi peningkatan loyalitas nasabah. Pelayanan yang berkualitas dapat mendorong niatan perilaku nasabah untuk setia terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Perilaku loyal lainnya dapat diwujudkan dengan keinginan untuk meningkatkan jumlah tabungan, tidak tertarik oleh promosi bank pesaing, serta adanya niat untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk menabung di PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat.

Hasil temuan penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mosahab et al. (2010) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada industri perbankan di Tehran Iran. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kheng et al. (2010); Malik et al. (2011); Alfin (2013); Osman & Ilham (2014); Osman et al. (2016); Rahman & Anwar (2016) bahwa kualitas pelayanan adalah prediktor yang signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil temuan penelitian ini secara statistik berhasil membuktikan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Tamades di PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat, berarti peningkatan kepuasan nasabah akan mempengaruhi peningkatan loyalitas nasabah. Implikasi dari hasil temuan ini, untuk mewujudkan tinggi-

nya loyalitas nasabah maka PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat harus terus berupaya untuk memberikan kepuasan yang tinggi pada semua nasabah Tamades. Peningkatan kepuasan nasabah untuk saat ini yang perlu ditingkatkan berkaitan dengan kemudahan dan kecepatan layanan *teller*, kehandalan dalam bentuk profesionalisme karyawan, serta kualitas penggunaan teknologi informasi.

Hasil temuan penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mosahab et al. (2010) bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada industri perbankan di Tehran Iran. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Bloemer et al. (1998); Kheng et al. (2010); Madjid et al. (2013); Alfin (2013); Osman & Ilham (2014); Osman et al. (2016); Rahman & Anwar (2016) bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada industri perbankan. Temuan ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Koksall & Dema (2014) bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank komersial di Albania.

4. Peran Kepuasan Nasabah sebagai Pemediasi pada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.

Hasil temuan penelitian ini secara statistik berhasil membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah, dengan kata lain kepuasan nasabah berperan sebagai pemediasi pada kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian kualitas pelayanan akan memberikan pengaruh yang lebih besar pada loyalitas nasabah melalui kepuasan terlebih dahulu. Hal ini dapat dibuktikan dari besarnya total pengaruh tidak langsung dengan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, di mana total koefisien pengaruh tidak langsung lebih besar dari koefisien pengaruh langsung. Implikasi

dari hasil temuan ini, bahwa loyalitas nasabah tabungan Tamades di PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat dapat terjadi karena sebelumnya nasabah telah memperoleh kepuasan, dan kepuasan terjadi karena nasabah memperoleh pelayanan yang berkualitas. Dengan adanya persaingan yang ketat antar perbankan ritel, maka strategi membangun loyalitas nasabah Tamades hanya dapat diwujudkan apabila nasabah benar-benar memperoleh kepuasan yang tinggi atas pelayanan yang berkualitas.

Hasil temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kheng et al. (2010) bahwa kepuasan nasabah terbukti sebagai pemediasi pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada industri perbankan di Penang Kualalumpur. Hasil temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfin (2013) bahwa kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan Taplus BNI di empat kota wilayah Jawa Timur.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil pengujian setiap hipotesis, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan Tamades di PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat dimediasi kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil temuan ini, memberikan implikasi strategik bagi PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat bahwa loyalitas nasabah tabungan Tamades apabila sebelumnya nasabah memperoleh kepuasan terlebih dahulu, dan kepuasan terjadi karena nasabah memperoleh pelayanan yang berkualitas.

Keterbatasan Penelitian

Sampel dalam penelitian ini terbatas nasabah tabungan Tamades PD BKK Karanganyar cabang Kebakkramat. Penelitian selanjutnya dianjurkan memperluas objek penelitian dengan menggunakan sampel nasabah Tamades di seluruh cabang BKK Karanganyar atau menggunakan objek perbankan ritel dengan wilayah penelitian yang lebih luas. Nilai $Adj. R^2$ yang dihasilkan dari model penelitian ini hanya 35,6%. Bagi kalangan akademisi, hendaknya melakukan penelitian lanjutan dengan memasukkan anteseden lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah, seperti *perceived value*, *corporate image*, promosi, atau lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, R., 2013, "Mediation Effects on Customer Satisfaction and Service Quality Products Quality of Customer Loyalty", *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 5 (6), October, pp. 735-745.
- Asgharian R., Salehi M., Saleki ZS., Hojabri R., dan Nikkheslat M., 2012, "Green Product Quality, Green Customer Satisfaction, And Green Customer Loyalty", *International Journal of Research in Management & Technology (IJRMT)*, Vol. 2 (5), October, pp. 499-503.
- Behara, R.S., Fisher, W.W., & Lemmink, J.G.A.M., 2002, "Modelling and Evaluating Service Quality Measurement Using Neural Network", *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 22 (20), pp. 1162-1185.
- Bloemer, J. dan Ruyter, K.D., 1997, "On the Relationship between Store Image, Store Satisfaction and Store Loyalty", *European Journal of Marketing*, Vol. 32 No. 5/6, p.499-513.
- Bloemer, J., Ruyter, K. And Peeters, P., 1998, "Investigating Drivers of Bank Loyalty: The Complex Relationship Between Image, Service Quality and Satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16 (7), pp. 276-286.
- Blose, J., Tankersley, W. and Flynn, L., 2005, "Managing Service Quality Using Data Envelopment Analysis", *The Quality Management Journal*, Vol. 12 (2), p. 1-18.

- Chang, N.J., and Fong, C.M., 2010, "Green Product Quality, Green Corporate Image, Green Customer Satisfaction, And Green Customer Loyalty", *African Journal of Business Management*, Vol. 4(13), 4 October, pp. 2836-2844.
- Cronin, J. and Taylor, S. (1992) "Measuring Service Quality: a Re-examination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56 (3), pp. 55-68.
- Hallowell, R., 1996, "The Relationships of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Profitability: An Empirical Study", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 7 (1), pp.27-42.
- Jan, M.T., Abdullah, K., and Smail, M.H., 2013, "Antecedents of Loyalty in the Airline Industry of Malaysia: an Examination of Higher-Order Measurement Model", *Proceedings of 3rd Asia-Pacific Business Research Conference*, 25 - 26 February 2013, Kuala Lumpur, Malaysia, pp. 1-14.
- 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 (2), November, pp.57-66.
- Koksal, Y. and Dema, O., 2014, "An Investigation of the Essential Factors on Customer Loyalty in Banking Sector: A Case of Albanian Retail Bank", *Yonetim Ve Ekonomi*, Vol. 21 (1), pp. 357-368
- Ladhari, R., Ladhari, I., & Morales, M., 2011, "Bank service quality: Comparing Canadian and Tunisian Customer Perceptions", *International Journal of Bank Marketing*, Vol 29 (3), pp. 224-246.
- Lasser, W.M., Manolis, C., Winsor, R.D., 2000, "Service Quality Perspectives and Satisfaction in Private Banking", *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 (3), pp. 244-71.
- Lee, S.P., and Moghavvemi, S., 2015, "The Dimension of Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty: A Case of Malaysian Banks", *Asian Journal of Business and Accounting*, Vol. 8 (2), pp. 91-121.
- Leonard, Frank S. and W. Earl Sasser, 1982, "The Incline of Quality," *Harvard Business Review*, 60 (September-October), pp. 163-171.
- Madjid, R., 2013, "Customer Trust as Relationship Mediation Between Customer Satisfaction and Loyalty At Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi", *The International Journal of Engineering and Science (IJES)*, Vol. 2 (5), pp. 48-60.
- Madjid, R., Hadiwidjojo, D., Surachman, and Djumahir, 2013, "The Role of Customer Trust and Commitment as Mediator for the Relation between Customer Satisfaction and Loyalty at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kendari Southeast Sulawesi", *International Journal of Business and Management Invention*, Vol. 2 (4), pp. 53-64.
- Malik, M.E., Naeem, B., And Arif, Z., 2011, "Impact Of Perceived Service Quality On Banking Customers' Loyalty", *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol. 3 (8), pp. 637-645.
- Mosahab, R., Mahamad, O., and Ramayah, T., 2010, "Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation", *Journal: International Business Research*, Vol. 3 (4), October, pp. 72-80.
- Newman, K., 2001, "Interrogating SERVQUAL: a Critical Assessment of Service Quality Measurement in a High Street Retail Bank", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19 (3), pp.126-39.
- Osman, Z., and Sentosa, I., 2014, "Influence of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Commercial Banking Industry", *International Journal of Economics, Finance and Management*, Vol. 3 (2), pp. 115-120.
- Osman, Z., Mohamad, L., Mohamad, R.K. 2015, "An Empirical Study of Direct Relationship of Service Quality, Customer Satisfaction and Bank Image on Customer Loyalty in

- Malaysian Commercial Banking Industry”, *American Journal of Economics*, Vol 5 (2), pp. 168-176.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., 1988, “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64 (Spring), pp. 12-40.
- Payne, Adryan, 2010, *Pemasaran Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Rahman, A.U., and Anwar, M., 2016, “Customer Loyalty toward Islamic and conventional Banks; mediator role of Customer Satisfaction”, *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, Vol. 1 (5), pp. 1-23.
- Robinson, S., 1999, “Measuring Service Quality: Current Thinking and Future Requirements”, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 17 (1), pp. 21-32.
- Sachro and Pudjiastuti, S.R., 2013, “The Effect Service Quality to Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Argo Bromo Anggrek Train Jakarta-Surabaya in Indonesia”, *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, Vol. 12 (1), pp. 33-38.
- Seth, N., Deshmukh, S.G., Vrat, P., 2005, "Service Quality Models: a Review", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 22 (9), pp. 913-49.
- Sureshchander, G.S., Rajendran, C., Anatharaman, R.N., 2002, "The relationship between service quality and customer satisfaction: a factor specific approach", *Journal of Services Marketing*, Vol. 16 (4), pp.363-79.
- Umar, Husein, 2009, *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Yang, Z. and Peterson, R.T., 2004, “Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs”, *Psychology & Marketing Journal*, Vol. 21(10), October, pp.99–822.