

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH BANK
(Studi Kasus Pada Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman)**

Tesis

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan Oleh :

FAOJI
161503319

Kepada
MAGISTER MANAJEMEN
STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA
2018

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH BANK
(Studi Kasus Pada Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman)**

Diajukan Oleh :

F A O J I
161503319

Tesis ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Pada tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

(Drs. Anas Hidayat, MBA, PH.D)

(Dra. Uswatun Chasanah, M.Si)

dan telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh Gelar Magister

Yogyakarta,

Mengetahui,

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA
DIREKTUR

Drs. John Suprihanto, MIM, Ph.D

PERNYATAAN

Dengan ini dinyatakan bahwa tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Yogyakarta, September 2018

FAOJI

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga dapat diselesaikan tesis Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, oleh karena itu diucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran tesis ini, yaitu kepada :

1. Drs. John Suprihanto, MIM, Ph.D selaku Direktur Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha yang telah memberikan dorongan dan bimbingannya dalam penyusunan tesis ini.
2. Drs. Anas Hidayat, MBA, PH.D selaku pembimbing I yang telah memberikan dorongan dan bimbingannya dalam penyusunan tesis ini.
3. Dra. Uswatun Chasanah, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan dorongan dan bimbingannya dalam penyusunan tesis ini.
4. Dewan penguji yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Dosen Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
6. Seluruh pimpinan dan pekerja BRI di BRI Kanca Sleman.
7. Semua pihak yang tidak dapat kami sebut satu persatu.

Atas segala bantuan dan dukungan semua pihak diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, September 2018

FAOJI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Pertanyaan Penelitian	5
D. Tujuan penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	7
B. Kerangka Konsep	17
C. Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	19
B. Definisi Operasional	19
C. Populasi dan Sampel Penelitian	22
D. Sumber Data dan Jenis Data	22

	E. Metode Pengumpulan Data	23
	F. Instrumen Penelitian	24
	G. Teknik Analisis Data	24
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Perusahaan.....	31
	B. Hasil Penelitian.....	36
	C. Pembahasan.....	49
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	53
	B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA		

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan UU No.10 tahun 1998, tentang perbankan, yang dimaksud Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (Tabungan, Deposito, Giro) dan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya. Dalam era disruption saat ini seiring munculnya perusahaan Fintech (*Financial Technologi*) membuat persaingan bisnis di bidang keuangan menjadi sangat tajam, baik di tingkat domestik maupun internasional (global). Hal ini juga terjadi pada dunia perbankan di Indonesia yang telah mengalami kemajuan dan perkembangan di bidang teknologi dengan berbasis pada internet. Untuk memenangkan persaingan dalam bisnisnya, per bankan harus memberikan kualitas layanan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

Kualitas layanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perbankan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perbankan untuk memahami dengan seksama harapan dari nasabah serta hubungan dengan mereka. Dengan demikian bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana bank berusaha memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan berusaha meminimumkan pengalaman nasabah yang tidak menyenangkan. Pada gilirannya, kepuasan

nasabah dapat menciptakan loyalitas nasabah kepada bank yang memberikan kualitas layanan memuaskan sehingga nasabah tidak akan berpindah ke bank lain.

Indikasi yang menjadi penyebab paling dominan rendahnya loyalitas nasabah dengan berpindahnya nasabah ke bank lain adalah :

1. Kebijakan perusahaan.

Kebijakan perusahaan antara lain berkaitan dengan kenaikan suku bunga pinjaman yang tinggi dibandingkan dengan bank pesaing, adanya kebijakan lokal peminan setempat.

2. Pekerja tidak ramah terhadap nasabah.

Pekerja jajaran frontliner (Customer service, Teller dan Satpam) sering lambat melayani nasabah, suka marah, berwajah sinis, tidak memberikan solusi dan nasabah selalu berada di pihak yang salah, tidak ada kepedulian terhadap nasabah sehingga hubungan antar nasabah dengan pekerja tidak akrab.

3. Kekuatan SDM yang tidak seimbang dengan jumlah nasabah.

Tidak berimbangnya antara kekuatan SDM dengan jumlah nasabah yang dilayani mengakibatkan lambatnya pelayanan, waktu menunggu menjadi lebih lama, antrian panjang, nasabah berebut tempat dan waktu.

4. Sarana layanan tidak representatif.

Sarana pelayanan seringkali dikeluhkan oleh nasabah, seperti area parkir yang sempit, bahkan tidak tersedia, tempat duduk di ruang tunggu terbatas, ruangan tidak sejuk sehingga dengan keadaan demikian para nasabah merasa bosan dan jenuh.

Untuk mengatasi berpindahnya nasabah ke bank lain diperlukan peranan kualitas layanan menjadi penting untuk dikedepankan oleh bank. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono, (2000) didalam kualitas jasa pelayanan terdapat 5 (lima) dimensi yang dapat digunakan untuk menilai kualitas layanan/jasa yang diberikan oleh bank, yaitu : *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*. Lima unsur yang merupakan dimensi dari SERVQUAL digunakan untuk menilai kualitas layanan, namun faktanya masih menjadi masalah. Menurut hasil survey MacKinsey (Marketing Research Indonesia, 2005) tentang *personal financial service* menyatakan bahwa terdapat indikasi perilaku nasabah di Indonesia semakin sulit ditebak. Mereka menyatakan sangat puas dengan layanan banknya, tetapi mereka tetap pindah apabila bank lain memberikan kualitas layanan yang lebih baik lagi dan sesuai dengan harapannya khususnya untuk nasabah pada kelompok ekonomi papan atas yang semakin potensial menjadi kutu loncat.

Menurut Dick dan Basu (1994) Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas nasabah.

Berdasarkan fenomena yang muncul tentang pengaruh kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam pembentukan loyalitas nasabah, sehingga penelitian ini mempunyai tujuan yaitu menguji pengaruh langsung penerapan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dan menguji pengaruh interaksi kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel antara.

Penelitian ini memilih bank BRI sebagai lokasi penelitian karena dianggap representative sebagai bank dengan laba terbesar dan asset terbesar, hal ini terbukti dengan perkembangan sampai triwulan I tahun 2018 perkembangan Dana Pihak Ketiga (DPK) mencapai Rp.757,68 triliun dan pertumbuhan kredit mencapai Rp.827,1 triliun (Info Banknews.Com 4 Mei 2018). Berdasarkan fenomena yang muncul maka peneliti ingin menguji sejauh mana peranan kualitas layanan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel antara, dengan judul: "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kantor Cabang Sleman.

B. Rumusan Masalah

Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan setelah terjadi proses pembelian (post purchase action). Apabila nasabah merasa puas maka nasabah akan menunjukkan besar kemungkinan untuk membeli produk yang sama dan memberi referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Sebaliknya, nasabah yang tidak puas akan pergi meninggalkan bank dan berpindah ke bank lain. Indikasi yang menjadi penyebab rendahnya loyalitas nasabah dengan berpindahnya nasabah ke bank lain adalah pekerja tidak ramah terhadap nasabah, kekuatan SDM yang tidak seimbang dengan jumlah nasabah, sarana pelayanan tidak representatif.

Penelitian ini menitikberatkan pada permasalahan kualitas layanan sebagai variabel yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah kupedes BRI Unit di BRI Kantor Cabang Sleman.

C. Pertanyaan Penelitian

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara langsung yang signifikan terhadap kepuasan nasabah kupedes BRI Unit di Kantor Cabang Sleman?
2. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah kupedes BRI Unit di BRI kantor cabang Sleman?
3. Apakah Kualitas Layanan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah kupedes BRI unit di BRI Kantor Cabang Sleman dengan kepuasan nasabah sebagai variabel antara ?

D. Tujuan penelitian

Agar penelitian mempunyai sasaran yang jelas dan sesuai dengan yang dikehendaki, maka perlu ditetapkan suatu tujuan diadakannya penelitian. Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah kupedes BRI unit di BRI Kantor cabang sleman dengan kepuasan nasabah sebagai variabel antara.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kupedes BRI unit di Bank BRI Kantor Cabang Sleman.

3. Untuk mengetahui kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah kupedes BRI unit di BRI Kantor cabang Sleman.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademis dan praktis, antara lain:

1. Manfaat untuk akademis memberikan sumbangan ide pemecahan sebagai model spesifik dalam hubungan ketiga konstruk : kualitas layanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah sehingga dapat digunakan sebagai referensi oleh peneliti-peneliti yang tertarik pada masalah yang terkait khususnya industri jasa perbankan.
2. Manfaat untuk praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan yang berguna bagi perbankan khususnya BRI Kanca Sleman dalam memberikan kualitas layanan terhadap nasabahnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian terdahulu

- a. Penelitian Setyawan, 2015, dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Pandanaran Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh bukti atas pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk *internet banking* terhadap kepuasan nasabah. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi berganda. Obyek dari penelitian ini adalah nasabah *internet banking* BRI Pandanaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memberikan pengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas produk memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis regresi diperoleh persamaan : $Y = 0,378 + 0,556X_1 + 0,289X_2$. Hasil uji diperoleh t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 5,567 lebih besar dari t tabel = 1,66 dengan nilai $sig = 0,000 < 0,05$, untuk variabel fasilitas diperoleh t hitung sebesar -2,526 dengan signifikansi 0,013 untuk variabel kualitas produk diperoleh t hitung sebesar 5,154 lebih besar dari t tabel = 1,66 dengan nilai $sig = 0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan

kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah termasuk cukup besar (50,5 %).

- b. Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, 2014, penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki Di Kabupaten Tabanan. 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. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan.
- c. Oni Dian Rachmatiwi, 2015, penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Nasabah Tabungan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Cabang Kota Batu). Persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan mengeluarkan strategi yang semakin kreatif untuk menjadikan perusahaan lebih baik dari para kompetitor. Perusahaan tidak dapat hanya mengandalkan dari kualitas produk, namun perusahaan juga harus memberikan pelayanan yang dapat membuat konsumen puas, maka dari itu perusahaan harus selalu memberikan

pelayanan terbaiknya. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 116 orang nasabah tabungan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Cabang Kota Batu. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai p -value ($p < 0,05$) dan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai p -value ($p < 0,05$).

- d. Diah Dharmawanti, 2006, penelitian dengan judul Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan sebagai Moderating Variable terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang Surabaya). Meningkatnya persaingan dan cepatnya deregulasi perbankan telah mengarahkan jasa bisnis perbankan mencari cara yang menguntungkan untuk mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan tinggi yang nampak dalam kinerja dari layanan yang ada. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja kualitas layanan mempengaruhi secara langsung terhadap loyalitas nasabah dan untuk mengetahui kualitas layanan dan kepuasan nasabah sebagai variabel

moderating terhadap loyalitas. Jenis penelitian yang digunakan adalah Moderator Regression Analysis (MRA). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 272 orang nasabah tabungan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Cabang Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Analisis data menggunakan analisis Moderator Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi service performance dan kepuasan nasabah lebih menerangkan variance loyalitas karena memiliki β positif dan signifikan (signifikansi $t \leq 0,0005$). Koefisien β interaksi signifikan menunjukkan bahwa kepuasan nasabah merupakan variabel moderator anatar variabel service performance dengan loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh positif dari service performance terhadap loyalitas sangat tinggi ketika kepuasan nasabah juga tinggi.

- e. Riswanto Budiono Jimanto dan Yohanes Sondang Kunto, 2014, penelitian dengan judul Pengaruh Service Quality terhadap Loyalitas pelanggan dengan Customer Satisfaction sebagai variabel intervening pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya. Perbedaan antara The Premiere yang menasar segmen menengah ke atas dengan Cinema 21 adalah pada *service* yang diberikan (adanya selimut, *fast respond waitress*, studio yang *exclusive*, dan kursi penonton yang nyaman merupakan bentuk layanan yang ada di The Premiere). Bioskop sendiri tergolong kedalam usaha ritel yang sangat ditunjang oleh pelayanan/jasa yang diberikan, karena produk (film) dari bioskop sendiri pun

bersifat *intangible*. Sebuah bioskop tidak hanya, harus menawarkan sesuatu yang berbeda tetapi juga layanan yang dapat memuaskan konsumennya. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus merupakan misi utama bagi sebuah bioskop dimana kepuasan pelanggan menjadi sorotan utama bagi sebuah usaha jasa dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan dengan harga terjangkau didukung fasilitas juga menjadi modal utama sebuah bioskop untuk menarik minat konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah dan untuk mengetahui kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan pertimbangan untuk pengukuran korelasi minimal sampel 30 dan untuk memperoleh hasil yang maksimal sampel dengan metode path maksimum sampel diatas 100. Analisis data menggunakan analisis Smart PLS (Partial Least Square 2.0) . Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan jalur (signifikan) service quality mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,338, kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 0,231 dan service quality mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 0,253.

2. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Mutu dalam kaitannya dengan kepuasan adalah segala sesuatu yang dirasakan atau dianggap atau dipersepsikan oleh seseorang (pelanggan) sebagai mutu. Mutu atau Kualitas menurut Goetsh dan Davis (1994) dalam Tjiptono,

(2000: 7) yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Wyckop (Tjiptono, 2000:52), Kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Meningkatnya persaingan dan cepatnya deregulasi perbankan telah mengarahkan bisnis jasa perbankan mencari cara yang menguntungkan untuk mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah dengan cara menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan tinggi yang nampak dalam kinerja dari layanan yang ada (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1985)

Menurut A.Parasuraman (Tjiptono, 2000: 7) bahwa aspek-aspek penting yang harus diperhatikan oleh bank adalah dengan memperhatikan berbagai aspek dari kelima unsur-unsur dalam kualitas layanan (*Service Quality*) sebagai berikut :

- a. *Tangible* (Bukti langsung) yaitu berupa penampilan dari fasilitas fisik seperti lokasi kantor yang strategis, ketersediaan tempat parkir, kebersihan dan kerapihan kantor, seragam pegawai, penampilan formulir, desain brosur, tampilan cover buku tabungan dan lain sebagainya.
- b. *Reliability* (Kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan dengan segera dan akurat. Dalam arti luas kehandalan berarti bahwa perusahaan memberi janji-janjinya tentang kemudahan dalam prosedur

membuka tabungan, permohonan kredit, mengirim uang, mengambil dan menyetor uang, dan jam pelayanan.

- c. *Responsiveness* (Daya tanggap) yaitu kemauan para pegawai untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, seperti kemampuan dalam menangani komplain nasabah dan kecepatan dalam Penanganannya, *customer service* yang cekatan dan sebagainya.
- d. *Assurance* (Jaminan) yaitu pengetahuan, sopan santun, kemampuan pegawai untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan seperti perilaku pegawai yang memberikan senyum, salam dan sapa (3S), jaminan perasaan aman di bank dan sebagainya.
- e. *Emphaty* yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada Pelanggan yang mencakup kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, adanya perhatian serius terhadap pribadinasabah tanpa membedakan status sosialnyadan memahami kebutuhan para nasabahnya.

Kualitas layanan dimulai dengan melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dituangkan ke dalam harapan pelanggan dan penilaian akhir yang diberikan oleh pelanggan melalui informasi umpan balik yang diterima oleh perusahaan. Mengingat peran dari pelanggan sangat strategis, maka upaya peningkatan kualitas layanan harus dilakukan dengan melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan (Matsumoto dan Cao, 2012). Menurut Matsumoto dan Cao (2012) serta Metdha etal., (2013) menyatakan bahwa kualitas layanan inti yang diberikan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan dan kepuasan nasabah dianggap sebagai faktor yang berhubungan erat dengan kepuasan nasabah.

Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah yang lebih dari ekspektasi dapat menyebabkan loyalitas nasabah, profitabilitas yang tinggi, dan meningkatkan pangsa pasar dari bisnis (Rootman, 2006). Berdasarkan uraian tersebut maka dapat hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah .

Menurut Parasuraman (dalam Tjiptono, 2000:52) ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yang diharapkan (*expected service*) dan yang dipersepsikan (*perceived service*). Hal ini dikarenakan kualitas layanan merupakan gap antara kenyataan yang diterima nasabah dan persepsi nasabah. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

3. Kepuasan Nasabah (*Customer Satisfaction*)

Pentingnya kepuasan nasabah dalam pemasaran produk dan jasa perbankan dapat disebabkan dengan alasan bahwa kepuasan nasabah akan mendorong nasabah untuk melakukan pembelian ulang dan pemasaran dari mulut ke mulut. Dimensi kepuasan nasabah telah banyak dilakukan penelitian, diantaranya mengevaluasi sikap dan informasi dari nasabah. Kepuasan nasabah dapat digunakan untuk menentukan strategi dalam positioning untuk mendapatkan ceruk pasar.

Menurut Lupiyoadi, (2000: 158) kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh terhadap pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi pembelian produk (*post purchase action*). Apabila pelanggan merasa puas, maka akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama, dan cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Sebaliknya jika pelanggan tidak puas akan melakukan tindakan mengembalikan produk, bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan.

Menurut Zeitham, Bitner dan Dwayne (2009:104) Kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan atas produk atau jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Menurut Sondakh (2014) Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi perilaku pembelian yang membentuk kecenderungan bahwa pelanggan yang puas akan loyal, namun konsumen yang loyal belum tentu puas. Berdasarkan penelitian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

4. Loyalitas Nasabah.

Menurut Sheth et al. (1999), Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai komitmen konsumen terhadap suatu merk, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Menurut Dick dan Basu (1994) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai kekuatan hubungan antara sikap relatif individu terhadap suatu kesatuan (merk, jasa, toko atau pemasok) dan pembelian ulang. Atribut pembentukan loyalitas menurut (Griffin,1995 :31) terdapat 4 (empat) atribut dari loyalitas, yaitu:

- a. *Make regular repeat purchase*, melakukan pembelian secara berulang dalam suatu periode tertentu.
- b. *Purchase across product and service line*, pelanggan yang loyal tidak hanya membeli satu macam produk saja melainkan membeli lini produk dan jasa lain pada perusahaan yang sama.
- c. *Refer other*, merekomendasikan pengalaman mengenai produk dan jasa kepada rekan atau pelanggan yang lain agar tidak membeli produk dan jasa dari perusahaan yang lain.
- d. *Demonstrates an immunity to the pull of the competition*, menolak produk lain karena menganggap produk yang dipilihnya adalah yang terbaik.

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Persepsi nasabah mengenai pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan nasabah. Bila kualitas pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka nasabah akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan.

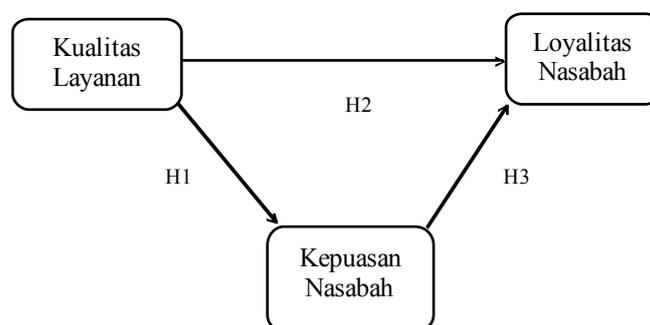
Suatu sistem jasa, penyedia jasa dan konsumen sebagai pengguna jasa harus mempunyai hubungan erat, dimana konsumen merupakan partisipan aktif dalam terbentuknya proses pelayanan. Tjiptono (2012: 125) menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dari berbagai teori dan penelitian yang diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah setelah mengalami pelayanan yang dinyatakan dalam perilaku untuk menggunakan jasa dan produk bank yang tercermin dalam hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

B. Kerangka Konsep

Gambar berikut akan menampilkan secara detail dan jelas tentang kerangka pemikiran penelitian ini :

Gambar 2.1. Model penelitian



C. Hipotesis

H1: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah

H2: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

H3: Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni analisis dengan menggunakan rumus-rumus statistik untuk menguji hipotesis yang diajukan, Sugiyono (2006) menjelaskan bahwa analisis kuantitatif adalah analisis yang bersifat hitungan berupa angka dengan menetapkan rumus-rumus statistik untuk menguji kebenaran data, teori dan hipotesis.

B. Definisi Operasional

Untuk memudahkan pelaksanaan penelitian ini dan tidak menimbulkan persepsi yang lain, variabel yang digunakan terdiri dari variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Secara rinci, definisi operasional untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan (sebagai variabel independen (X))

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan Nasabah. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang dirasakan (*Perceived service*) dan layanan yang diharapkan (*expected service*). Apabila layanan pendukung yang diberikan oleh bank dirasakan oleh lebih kecil dari yang diharapkan oleh nasabah maka nasabah tersebut tidak tertarik pada bank tersebut. Jika yang terjadi adalah sebaliknya maka

nasabah akan kembali lagi. Kualitas Layanan dibagi menjadi 5 dimensi sebagai berikut :

a. *Reliability* (Kehandalan)

- 1) Kemampuan petugas BRI Unit memberikan pelayanan yang sesuai standar layanan BRI.
- 2) Kemampuan petugas BRI Unit dalam merespon masalah yang dihadapi nasabah.
- 3) Ketepatan pelayanan dalam memberikan informasi

b. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

- 1) Kecepatan pelayanan yang diberikan kepada nasabah
- 2) Kemudahan pengaduan keluhan kepada BRI Unit di Kanca Sleman
- 3) Kecepatan dan kesigapan dalam menangani keluhan

c. *Assurance* (Jaminan)

- 1) Proses pelayanan cepat
- 2) Image BRI
- 3) Kemampuan petugas dalam menguasai informasi produk dan layanan BRI

d. *Empathy* (Kepedulian)

- 1) Petugas bersedia mendengarkan keluhan nasabah
- 2) Petugas memberikan perhatian secara pribadi terhadap nasabah yang mengalami kendala
- 3) Petugas ramah dan sopan kepada nasabah

e. *Tangible* (Bukti langsung)

- 1) Fasilitas BRI Unit di Kanca Sleman menarik dan letak strategis
- 2) Standar kerapian penampilan petugas
- 3) Fasilitas di BRI Unit di Kanca Sleman bersih

2. Variable Dependen

a. Kepuasan Nasabah (*Customer satisfaction*) (Y1)

Kepuasan nasabah adalah penilaian nasabah atas produk atau jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi nasabah.

- 1) Nasabah telah mendapatkan jasa pelayanan sesuai dengan harapan
- 2) Puas dengan sistem transaksi yang dijalankan
- 3) Puas dengan hasil yang diberikan
- 4) Fasilitas yang disediakan sesuai dengan harapan nasabah.
- 5) Keputusan ikut Kupedes merupakan keputusan yang tepat dan baik
- 6) Manfaat dari pelayanan yang diterima sangat memuaskan
- 7) Persepsi pelayanan ideal dan memuaskan oleh Karyawan
- 8) Kinerja aktual pelayanan Kupedes BRI unit di Kanca Sleman pada sejumlah atribut penting telah sesuai dengan harapan nasabah

b. Loyalitas Nasabah (Y2)

Loyalitas nasabah adalah sebagai kekuatan hubungan jangka panjang antara nasabah dan bank yang tercermin dalam sikap relatif individu terhadap penggunaan jasa bank :

- 1) Pembelian ulang terhadap produk.

- 2) Rekomendasi kepada orang lain
- 3) Tetap menjadi nasabah dan tidak berpindah ke bank lain
- 4) Menolak produk lain dari pesaing
- 5) Yakin bahwa menjadi nasabah adalah pilihan keputusan yang tepat dan terbaik
- 6) Loyal apabila saran dan masukan dari nasabah dijadikan bahan pengambilan keputusan
- 7) Loyal apabila bank mempertahankan dimensi pelayanan

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pinjaman kupedes di 23 BRI Unit di Kanca BRI Sleman. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, dimana semua populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden dan pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan peneliti (Simamora, 2004, p.197). Sampel yang diambil adalah 4 BRI unit dengan pertimbangan dipilih BRI Unit di wilayah pedesaan dengan pinjaman kupedes plafond diatas 25 juta, yaitu Unit Ngemplek 2, Unit Palagan, Unit Pakem, dan unit Ngaglik, diambil sampel 200 nasabah, masing-masing BRI unit sebanyak 50 nasabah kupedes BRI.

D. Sumber data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data, adapun jenis data dalam penelitian ini meliputi :

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, yaitu jawaban atas wawancara atau tanya jawab langsung dan dipandu melalui pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan penelitian yang dipersiapkan sebelumnya dan observasi dari pelayanan nasabah pinjaman kupedes BRI Unit di Kantor Cabang BRI Sleman.

2. Data sekunder :

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung namun melalui media perantara. Peneliti memperoleh data sekunder melalui beberapa sumber informasi antara lain dokumen arsip data dan Profil BRI unit di kantor Cabang BRI Sleman.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi, yaitu Peneliti mengumpulkan data melalui pengamatan langsung di tempat penelitian. Peneliti mengamati kegiatan pelayanan BRI Unit di wilayah kerja BRI Kanca Sleman. Hasil pengamatan digunakan peneliti sebagai informasi tambahan dalam penelitian.
2. Kuesioner, digunakan untuk menghimpun data secara langsung dari nasabah BRI (responden) dengan pertanyaan atau pernyataan yang tertutup (jawaban sudah disediakan pada angket, responden tinggal memilih jawaban tersebut sesuai dengan pilihannya).
3. Dokumentasi yaitu pengambilan sebuah data melalui dokumen- dokumen, foto-foto, arsip atau surat-surat yang diperlukan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik (cermat, lengkap dan sistematis) sehingga lebih mudah diolah (Sugiyono, 2006).

Instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner mendalam berisi daftar pertanyaan tertutup terkait dengan pengaruh pelayanan BRI terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah BRI serta alat-alat tulis.

G. Teknik Analisis Data

Data atau informasi yang dikumpulkan dari responden merupakan pernyataan/pertanyaan berupa kalimat (data kualitatif). Agar dapat diolah dalam bentuk angka (kuantitatif), maka data tersebut harus di ordinalkan, kemudian di ranking dengan menggunakan teknik skoring. Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, yaitu jawaban pernyataan-pernyataan dalam angket diberikan lima pilihan skor. Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2006:86).

Urutan skala likert atas jawaban responden yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. skor 1 = Sangat Tidak Setuju
2. skor 2 = Tidak Setuju

3. skor 3 = Cukup Setuju
4. skor 4 = Setuju
5. skor 5 = Sangat Setuju

Untuk menguji hipotesisnya, dalam penelitian ini, analisis data yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Kualitatif

Sugiyono (2006:13) mendefinisikan bahwa analisis kualitatif yaitu menganalisis data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Analisis kualitatif ini untuk menguraikan jawaban responden atas pernyataan (kuesioner) yang berhubungan dengan layanan pinjaman Kupedes di BRI unit Kanca BRI Sleman terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah .

2. Analisis kuantitatif

Sugiyono (2006:14) menjelaskan bahwa analisis kuantitatif adalah analisis yang bersifat hitungan berupa angka dengan menetapkan rumus-rumus statistik untuk menguji kebenaran data, teori dan hipotesis. Analisis kuantitatif yang digunakan sebagai berikut:

- a. Uji Validitas

Menurut Soetrisno Hadi (dalam Anton, 2006: 68), uji validitas dipakai untuk mengukur seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang diukur. Teknik korelasi yang digunakan *Korelasi Product Moment*, dengan rumus validitas instrument sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{|\sum X^2 - (\sum X)^2| \quad |n \sum Y^2 - (\sum Y)^2|}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien Korelasi antara x dan y

n : Jumlah Data

$\sum X$: Jumlah Skor Butir (masing-masing variabel)

$\sum Y$: Jumlah Skor Total

$\sum xy$: Jumlah Perkalian Skor Butir dengan Skor Total

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat skor butir

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat skor total

Setelah diperoleh hasil r_{xy} , selanjutnya dibandingkan dengan r_{tabel} dengan α 5% (tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 0,05). Jika $r_{xy} > r_{tabel}$ atau nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka angket tersebut dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai alat analisa. Apabila $r_{xy} < r_{tabel}$ atau nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka angket tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dijadikan sebagai alat analisa.

b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabilitasnya (uji reliabilitas) digunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum a_b^2}{a_r^2} \right]$$

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum a_b^2$ = Jumlah varians tiap butir

a_t^2 = varians total

Sebelum memperoleh r , terlebih dahulu harus ditemukan varians tiap butirnya (α). Langkah-langkahnya sebagai berikut:

1) Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$a_b^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

2) Mencari jumlah varians dengan jalan menjumlahkan varians tiap butir.

3) Mencari reliabilitas dengan rumus alpha. Setelah diperoleh hasil r_{11} , selanjutnya dibandingkan dengan r_{tabel} dengan taraf kebenaran 95% (tingkat kesalahan yang ditoleransi (α) 5% atau 0,05). Jika $r_{11} > r_{tabel}$, maka angket tersebut dinyatakan reliable dan dapat dijadikan sebagai alat analisa. Apabila $r_{11} < r_{tabel}$, maka angket tersebut dinyatakan tidak reliable dan tidak dapat dijadikan sebagai alat analisa.

3. Alat Analisis

a. Analisis Jalur (Path)

Analisis jalur yang dilakukan dengan analisis Regresi Linear Berganda dengan 2 tahap hal ini dimaksudkan untuk mengetahui keeratan, pengaruh yang ada di antara kedua variabel dan mediatornya. Metode regresi linier ini juga dapat digunakan untuk peramal dengan menggunakan data berkala (*timeseries*).

1) Rumus Linear Berganda Tahap I :

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + e_1$$

Keterangan :

- Y1 = Kepuasan Nasabah
- B1 = Koefisien Regresi
- X1 = Kualitas Pelayanan Nasabah
- e = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga

2) Regresi Linear Berganda Tahap II (Analisis Jalur)

Pada analisis regresi tahap 2 digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dari variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Kapedes BRI Unit Kanca Sleman. Model hubungan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = \beta_2 X_1 + \beta_3 Y_1 + e_2$$

Keterangan :

- Y2 = Loyalitas Nasabah
- Y1 = Kepuasan Nasabah
- B2- β_3 = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas layanan

b. Uji t (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. t -test bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen (Nugroho, 2005:54). Adapun langkah-langkahnya yaitu:

- 1) Merumuskan hipotesis operasional, yaitu H_0 dan H_a

H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial

H_a : Ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial

- 2) Menetapkan taraf signifikansi (α) yaitu $5\% = 0,05$

- 3) Membuat kesimpulan

Jika $p \leq \alpha \Rightarrow H_0$ ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

- 4). Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS.

c. Pengujian Hipotesis

Selanjutnya untuk menguji hipotesis dilakukan dengan langkah-langkahnya sebagai berikut :

- 1) Merumuskan Hipotesis H_0 dan H_a

Hipotesis nol yang digunakan adalah :

Ho: Tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha: Ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Menghitung harga uji statistik t dan Uji F

3) Menetapkan tingkat signifikansi (α), yaitu $\alpha = 5\%$ atau 0,05.

4) Membuat kesimpulan :

-Ho ditolak jika taraf signifikansi hasil pengujian $\leq 0,05$ yang berarti ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

-Ho diterima jika taraf signifikansi hasil pengujian $\geq 0,05$ yang berarti tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk pengujian harus dilakukan dengan uji t statistik (t tes) dengan derajat kebebasan $N-2$ (Gujarati, 1995 : 189). Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah berdirinya Perusahaan.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah sebagai salah satu bank BUMN milik dari pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto” adalah lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (Pribumi). Lembaga tersebut berdiri pada tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Setelah periode kemerdekaan RI, berdasarkan peraturan pemerintah No.1 tahun 1946 pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Indonesia Serikat (BIS). Pada waktu itu PERPU No. 4 tahun 1960 dibentuklah Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM).

Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965 BKTN diintegrasikan kedalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

Setelah berjalan selama satu bulan, keluar perpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Urusan Koperasi Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang rural, sedangkan Nederlandsche Maatschappi (NHM) menjadi Bank Negara Indonesia unit bidang ekspor impor (Exim). Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang undang-undang pokok perbankan dan Undang-Undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-Undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia unit II bidang rural dan ekspor impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-Undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas (PT). Pada awal perubahan menjadi Perseroan Terbatas (PT) kepemilikan saham BRI 100% dikuasai oleh pemerintah Indonesia. Kemudian pada tahun 2003 pemerintah menjual sahamnya sebesar 30 % kepemilikannya melalui IPO sehingga BRI menjadi

perusahaan publik dengan Nama resmi bank BRI menjadi PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, dan nama tersebut masih digunakan sampai dengan sekarang.(www.sumbersejarah.com).

2. Visi dan Misi perusahaan.

Visi BRI : Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

Misi BRI :

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan Pelayanan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktik Good Corporate Governance (GCG) yang sangat baik.
- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders).

3. Kupedes BRI

Kredit Umum Pedesaan (Kupedes) adalah fasilitas kredit yang bersifat umum, individual dan selektif dan berbunga wajar yang bertujuan untuk meningkatkan usaha mikro yang layak (eligible) dalam rangka meningkatkan

kesejahteraan debitur serta memenuhi persyaratan bank teknis dan dilayani di seluruh BRI Unit dan Teras BRI. Jenis Kredit yang dapat di biyai:

- a. Modal Kerja: Kredit Kupedes yang penggunaannya ditujukan untuk menambah modal kerja usaha yang dijalankan oleh calon debitur
- b. Investasi: penggunaan Kupedes untuk pembelian barang modal yang diperlukan guna melakukan rehabilitasi, modernisasi, ekspansi atau pendirian usaha baru, termasuk untuk sektor pertanian tanaman keras. Pendirian usaha baru dimaksudkan adalah calon debitur yang telah memiliki usaha dan ingin memperluas usahanya dengan membuka usaha yang baru.

Keuntungan Kupedes BRI

- a. Mendukung Pemenuhan Kebutuhan
Mendukung pemenuhan kebutuhan lainnya seperti pembiayaan pendidikan, perbaikan rumah, pembelian kendaraan, dsb.
- b. Sektor Usaha
Berlaku untuk semua sektor usaha, meliputi pertanian, perdagangan, perindustrian, maupun jasa lainnya.
- c. Bunga
Bunga bersaing & syarat mudah.
- d. Agunan
Aguna tidak harus bersertifikat.
- e. Angsuran
Angsuran sesuai kebutuhan (bulanan / musiman / dll)

f. Biaya Administrasi

Biaya administrasi mulai dari Rp 10.000,- dan bebas biaya provisi.

g. PBTW (Pengembalian bunga tepat waktu)

Bonus bagi debitur yang angsurannya dibayar tepat waktu.

h. Asuransi

Memperoleh asuransi jiwa kredit, AMKKM (asuransi kesehatan, kecelakaan, dan meninggal dunia). Setoran dapat dilakukan di semua BRI Unit maupun melalui EDC Collection dan agen Brilink.

Persyaratan yang perlu disiapkan untuk mengajukan kredit Kupedes

a. Dokumen

Melampirkan legalitas usaha (Minimal surat keterangan usaha dari Kepala Desa / Lurah / Pasar).

b. Identitas Diri

Melampirkan dokumen identitas diri KTP dan usia minimal 21 tahun atau sudah menikah.

c. Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha minimal 1 tahun.

d. Ketentuan dalam Pinjaman KUPEDES

Pelayanan Kupedes dilakukan di kantor BRI Unit dan Teras BRI.

e. Maksimal plafond Kupedes yang dapat dilayani sebesar Rp 200.000.000,(dua ratus juta Rupiah)

f. Suku bunga yang dipakai untuk kredit Kupedes adalah sistem suku bunga flat rate.

- g. Karakteristik nasabah mikro adalah dalam penggunaan kredit di segmen mikro belum sepenuhnya dapat dipisahkan antara keperluan usaha dan pribadi.
- h. Kupedes untuk usaha pertanian diperuntukkan untuk usaha pertanian, peternakan, dan perikanan on farm, bukan perdagangan hasil komoditas hasil pertanian, peternakan, dan perikanan.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi:

a. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dikelompokkan menjadi Pria dan Wanita. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh dari 200 responden yang berkaitan dengan jenis kelamin, diperoleh data yang dapat penulis sajikan sebagai berikut :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Pria	124	62%
Wanita	76	38%
Total	200	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian yang merupakan nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman berjenis kelamin pria sebanyak 124 orang (62%) dan responden

berjenis kelamin wanita sebanyak 76 orang (38%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah berjenis kelamin pria menunjukkan adanya potensi kelancaran dalam angsuran karena sebagai pihak pertama peminjam kupedes adalah sebagai kepala keluarga yang mempunyai pekerjaan.

b. Usia

Usia responden ini dapat mendeskripsikan keadaan responden yang menjadi sampel dalam penelitian, yakni nasabah Kupedes BRI Unit Kanca Sleman. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh dari 200 responden yang berkaitan dengan usia, diperoleh data yang dapat penulis sajikan sebagai berikut :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
a. < 21 tahun	8	4%
b. 21 – 40 tahun	128	64%
c. 41 – 50 tahun	52	26%
d. > 50 tahun	12	6%
Total	200	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat dikatakan bahwa reponden dalam penelitian yang merupakan nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 8 orang (4%), usia 21-40 tahun sebanyak 128 orang (64%), responden dengan 41 – 50 tahun sebanyak 52 orang (26%) dan responden dengan usia di atas 50 tahun sebanyak 12

orang (6%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usia responden sebagian besar di masa produktif 21-40 tahun sehingga untuk jangka waktu pinjaman masih dapat dimaksimalkan.

c. Pekerjaan

Usia responden ini dapat mendeskripsikan keadaan responden yang menjadi sampel dalam penelitian, yakni nasabah Kupedes BRI Unit Kanca Sleman. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh dari 200 responden yang berkaitan dengan pekerjaan, diperoleh data yang dapat penulis sajikan sebagai berikut :

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
a. Pelajar/Mahasiswa	16	8%
b. Pegawai Swasta	108	54%
c. PNS	40	20%
d. TNI/POLRI	44	22%
e. Lainnya.....	8	4%
Total	200	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, dapat dikatakan bahwa reponden dalam penelitian yang merupakan nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 16 orang (8%), pekerjaan pegawai swasta sebanyak 108 orang (54%), responden sebagai PNS sebanyak 40 orang (20%) dan responden sebagai TNI/POLRI sebanyak 44 orang (22%) dan lainnya sebanyak 8 orang (4%). Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa pekerjaan responden sebagian besar adalah pegawai swasta yang dapat fokus untuk mengurus usahanya.

2. Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan validitas kriteria, yaitu dihitung berdasarkan korelasi antara skor tiap butir dengan skor total indikator pada 30 responden. Instrumen dinyatakan valid jika memiliki korelasi positif dan lebih besar r tabel. Berdasarkan hasil uji validitas instrumen terbukti bahwa instrumen penelitian ini sudah valid karena seluruh butir pertanyaan dalam instrumen untuk semua variabel memiliki koefisien korelasi positif dengan nilai koefisien korelasi di atas r tabel.

Hasil dari uji validitas dapat dilihat dalam tabel berikut ini

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Kode Pertanyaan	Pearson's Correlations	r tabel	Keterangan
1	Kualitas (X)	X1.1	0,773	0.482	Valid
		X1.2	0,878	0.482	Valid
		X1.3	0,723	0.482	Valid
		X2.1	0,918	0.482	Valid
		X2.2	0,694	0.482	Valid
		X2.3	0,773	0.482	Valid
		X3.1	0,821	0.482	Valid
		X3.2	0,822	0.482	Valid
		X3.3	0,894	0.482	Valid
		X4.1	0,694	0.482	Valid
		X4.2	0,766	0.482	Valid
		X4.3	0,895	0.482	Valid
		X5.1	0,772	0.482	Valid
X5.2	0,855	0.482	Valid		
X5.3	0,686	0.482	Valid		
4	Kepuasan (Y1)	Y1.1	0,834	0,404	Valid
		Y1.2	0,929	0,404	Valid
		Y1.3	0,741	0,404	Valid

No	Variabel	Kode Pertanyaan	Pearson's Correlations	r tabel	Keterangan
		Y1.4	0,725	0,404	Valid
		Y1.5	0,906	0,404	Valid
		Y1.6	0,803	0,404	Valid
		Y1.7	0,929	0,404	Valid
		Y1.8	0,764	0,404	Valid
3	Loyalitas (Y2)	Y2.1	0,739	0,396	Valid
		Y2.2	0,739	0,396	Valid
		Y2.3	0,836	0,396	Valid
		Y2.4	0,894	0,396	Valid
		Y2.5	0,750	0,396	Valid
		Y2.6	0,870	0,396	Valid
		Y2.7	0,751	0,396	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.4, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuisiener pada semua variable baik bebas maupun terikat adalah valid, karena setiap butir pertanyaan dalam kuisiener memiliki r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian, item-item pertanyaan yang diberikan dalam kuisiener ini telah memenuhi syarat valid dan dapat diikut sertakan dalam analisis data selanjutnya.

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan nilai Alpha Cronbach. Menurut Rangkuti (2002) hasil pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki nilai Alpha Cronbach minimal sebesar 0,6.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kualitas	0,772	Reliabel
Kepuasan	0,793	Reliabel
Loyalitas	0,793	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2018

4. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Hasil analisis deskriptif variabel Kualitas pelayanan (X) berupa proporsi jawaban responden pada alternatif jawaban untuk setiap butir pertanyaan pada tabel berikut.

Tabel 4.6.

Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X)

Indikator	Keterangan	Rata-Rata	Ket
X1.1	Kemampuan petugas BRI Unit memberikan pelayanan yang sesuai standar layanan	3,8	Baik
X1.2	Kemampuan petugas BRI Unit dalam merespon masalah yang dihadapi nasabah/pengguna jasanya	3,7	Baik
X1.3	Ketepatan petugas BRI Unit dalam memberikan informasi	3,4	Baik
X2.1	Kecepatan pelayanan yang diberikan kepada nasabah di BRI Unit Kanca Sleman	3,4	Baik
X2.2	Kemudahan pengaduan keluhan di BRI Unit Kanca Sleman	3,5	Baik
X2.3	Kecepatan dan kesigapan dalam menangani keluhan	3,3	Cukup Baik
X3.1	Proses pelayanan pinjaman Kupedes di BRI Unit cepat, kurang dari 2 hari	4,0	Baik
X3.2	Kejujuran Petugas di BRI Unit Kanca Sleman	4,0	Baik

X3.3	Kemampuan petugas BRI Unit di Kanca Sleman dalam menguasai informasi produk dan layanan BRI	3,9	Baik
X4.1	Petugas bersedia mendengarkan keluhan nasabah	4,0	Baik
X4.2	Petugas BRI Unit memberikan perhatian secara pribadi terhadap nasabah yang mengalami kendala	4,2	Baik
X4.3	Petugas BRI Unit ramah dan sopan kepada nasabah	3,0	Cukup Baik
X5.1	Fasilitas di BRI Unit menarik dan letak strategis	4,1	Baik
X5.2	Standar kerapian penampilan petugas di BRI Unit	4,1	Baik
X5.3	Fasilitas di BRI Unit bersih	3,5	Baik
Total Rata-Rata Kualitas Pelayanan Nasabah (X)		3,7	Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan pada Tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan tergolong dipersepsikan baik oleh responden. Hal ini dilihat dari nilai skor rata-rata variabel kualitas Pelayanan sebesar 3,7 yang dikategorikan baik, maka itu, dimensi pelayanan kecepatan dan kesiapan dalam menangani keluhan dan petugas Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman ramah dan sopan kepada nasabah masih perlu ditingkatkan.

5. Deskripsi Variabel Kepuasan (Y1)

Tabel 4.7

Deskripsi Variabel Kepuasan (Y1)

Indikator	Keterangan	Rata-Rata	Ket
Y1.1	Nasabah telah mendapatkan jasa pelayanan sesuai dengan harapan	3,7	Baik
Y 1.2	Puas dengan sistem transaksi yang dijalankan	3,8	Baik

Y1.3	Puas dengan hasil yang diberikan	3,9	Baik
Y1.4	Fasilitas yang disediakan sesuai dengan harapan nasabah.	3,5	Baik
Y1.5	Keputusan ikut Kupedes merupakan keputusan yang tepat dan baik	3,7	Baik
Y1.6	Manfaat dari pelayanan yang diterima sangat memuaskan	4,0	Baik
Y1.7	Persepsi pelayanan ideal dan memuaskan oleh Karyawan	3,9	Baik
Y1.8	Kinerja aktual pelayanan Kupedes BRI unit di Kanca Sleman pada sejumlah atribut penting telah sesuai dengan harapan nasabah	4,5	Sangat Baik
Total Rata-Rata Kepuasan Nasabah (Y1)		3.8	Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Memperhatikan informasi pada Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa Kepuasan nasabah tergolong dipersepsikan baik oleh responden. Hal ini dilihat dari nilai skor rata-rata variabel kualitas pelayanan sebesar 3,8. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel Kepuasan Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman dilihat dari indikator Y1.1 sampai dengan Y1.7 jawaban di atas nilai rata (3,43-4,23) dan kinerja aktual pelayanan Kupedes BRI unit di Kanca Sleman pada sejumlah atribut penting telah sesuai dengan harapan nasabah dinilai sangat baik, ini artinya pelayanan yang diberikan oleh karyawan unit di Kanca Sleman sesuai dengan kinerja dan harapan nasabah.

6. Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah (Y2)

Tabel 4.8

Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah (Y2)

Indikator	Keterangan	Rata-Rata	Ket
Y2.1	Pembelian ulang terhadap produk.	4,4	Sangat Baik
Y2.2	Rekomendasi kepada orang lain	4,3	Sangat Baik
Y2.3	Tetap menjadi nasabah dan tidak berpindah ke bank lain	4,0	Baik
Y2.4	Menolak produk lain dari pesaing.	4,4	Sangat Baik
Y2.5	Yakin bahwa menjadi nasabah adalah pilihan keputusan yang tepat dan terbaik	4,5	Sangat Baik
Y2.6	Loyal apabila saran dan masukan dari nasabah dijadikan bahan pengambilan keputusan	3,5	Baik
Y2.7	Loyal apabila bank mempertahankan dimensi pelayanan	4,3	Sangat Baik
Total Rata-Rata Loyalitas Nasabah (Y2)		4,2	Sangat Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan informasi pada Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa Loyalitas nasabah tergolong dipersepsikan sangat baik oleh responden. Hal ini dilihat dari nilai skor rata-rata variabel kualitas layanan sebesar 4,2. Y2.1 sampai dengan Y1.7 jawaban diatas nilai rata (3,43-4,23) artinya pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang memberikan pelayanan Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman sesuai dengan kinerja dan harapan sehingga nasabah akan berulang kali melakukan transaksi dan memberikan informasi kepada orang lain.

5. Hasil Analisis Jalur

Dalam penelitian ini digunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk menguji pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS dapat diketahui hasil regresi untuk sub-struktur 1 dan sub-struktur 2, seperti disajikan pada Tabel berikut

Tabel 4.9
Hasil Regresi Struktur 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.430	2.666		3.162	0.002
	Kualitas	0.398	0.048	0.512	8.381	0.000
R = 0,512						
R Square (R2) = 0,262						
F = 70,243; Sig. 0,000						

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 hasil regresi struktur 1 diatas memberikan pengertian bahwa kualitas pelayanan nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman bernilai positif. Dalam penelitian ini konstanta menunjukkan angka yang signifikan karena lebih kecil dari 0,05, hal ini dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan nasabah dengan kepuasan nasabah.

Tabel 4.10
Hasil Regresi Struktur 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.193	2.121		4.334	0.000
	Kualitas	0.430	0.043	0.542	10.012	0.000

	Kepuasan	0.327	0.055	0.321	5.937	0.000
R= 0,758						
R Square (R2) = 0,574						
F = 132,99; Sig. 0,000						

Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 hasil regresi struktur 2 diatas memberikan pengertian bahwa kualitas pelayanan nasabah Kupedes bernilai positif. Dalam penelitian ini konstanta menunjukkan angka yang signifikan karena lebih kecil dari 0,05, hal ini dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan nasabah dengan loyalitas nasabah dimediasi kepuasan nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman.

6. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis diuji dengan t-test pada masing-masing jalur pengaruh langsung secara parsial. Hasil analisis secara ringkas analisis jalur dapat dilihat pada Tabel 4.6, yang menyajikan hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung.

Tabel 4.11

Hasil Pengujian Hipotesis

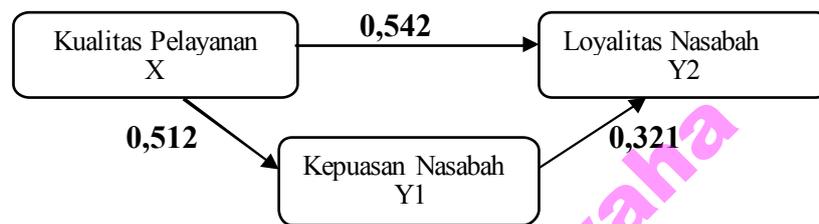
Hubungan antar Variabel	Koefisien Jalur (Standardize)	p-value	Ket.
Kualitas pelayanan (X) →Kepuasan Nasabah (Y1)	0,512	0,000	Sig
Kualitas pelayanan (X)→Loyalitas Nasabah (Y2)	0,542	0,000	Sig.
Kepuasan Nasabah (Y1) → Loyalitas Nasabah (Y2)	0,321	0,000	Sig.

. Sumber: Data diolah, 2018

Hasil pengujian hipotesis jalur-jalur pengaruh langsung juga dapat dilihat pada gambar diagram jalur sebagai berikut:

Gambar 4.1

Diagram Jalur Pengaruh Langsung



Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik pada Tabel 4.6 dan Gambar 4.1 maka didapatkan sebagai berikut:

H1: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman

Hasil analisis diperoleh koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,512 dengan $p=0,000$ lebih kecil dari $\alpha (0,05)$. dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis 1 terbukti Dengan mengetahui koefisien jalur bertanda positif, maka dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas layanan (X) maka kepuasan (Y1)

H2: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman.

Hasil analisis diperoleh koefisien jalur sebesar 0,542 dengan $p=0,000$ lebih kecil dari $\alpha (0,05)$, sehingga dikatakan signifikan. Dengan demikian

hipotesis terbukti. Mengingat koefisien jalur bertanda positif, dapat diartikan bahwa semakin baik Kualitas Layanan (X) maka loyalitas Nasabah (Y2) juga semakin baik.

H3: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Nasabah Kupon BRI Unit di BRI Kanca Sleman .

Hasil analisis diperoleh koefisien jalur sebesar 0,321 dengan $p=0,000$ lebih kecil dari α (0,05), sehingga dikatakan signifikan. Dengan demikian hipotesis terbukti. Mengingat koefisien jalur bertanda positif, dapat diartikan bahwa semakin baik kepuasan nasabah (Y1) maka loyalitas nasabah (Y2) juga semakin baik.

Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah kupon BRI Unit di Kanca Sleman dengan kepuasan nasabah sebagai variabel antara.

Hasil analisis koefisien jalur tidak langsung melalui mediasi kepuasan nasabah diperoleh koefisien jalur sebesar $(0,512 \times 0,321)=0,164$ dengan $p=0,000$ lebih kecil dari α (0,05), sehingga dikatakan signifikan. Hasil koefisien jalur langsung sebesar 0,542 lebih besar dari koefisien jalur melalui mediasi sebesar 0,164. Berarti kepuasan nasabah bukan merupakan variabel antara hubungan kualitas layanan dengan loyalitas nasabah. Dengan demikian jalur langsung lebih kuat, kepuasan nasabah tidak menjadi variabel antara. Akan tetapi perilaku nasabah BRI Unit di wilayah pedesaan tidak permasalahan puas dan tidak puas yang terpenting proses pelayanan yang dibutuhkan adalah cepat, akurat, ramah, aman, dan nyaman.

Uji R²

Berdasarkan Hasil regresi sub struktur 1 dan sub struktur 2 diketahui nilai R² masing-masing variabel endogen, yaitu: Kepuasan (Y1) diperoleh R² sebesar 0,262, dan untuk variabel Loyalitas nasabah (Y2) diperoleh R² sebesar 0,574.

Selanjutnya maka dapat dihitung nilai *predictive-relevance*, dengan rumus sebagai

Berikut:

$$R^2_M = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)$$

$$R^2_M = 1 - (1 - 0,262)(1 - 0,574)$$

$$= 1 - (0,738 \times 0,426)$$

$$= 0,686$$

Dari hasil perhitungan diketahui nilai $R^2_M = 0,686$, yang menunjukkan bahwa 68,6 persen keragaman data mampu menjelaskan model, hasil ini dapat diartikan bahwa loyalitas pelanggan dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan sebesar 68,6 persen dan sisanya 31,4 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dengan demikian model dapat dikatakan cukup baik sehingga layak untuk memberikan penjelasan dan pengujian hipotesis.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman

Berdasarkan hasil penghitungan, analisis menunjukkan bahwa t hitung Kualitas Layanan (X) dengan Kepuasan (Y1) adalah 8,381 untuk jumlah sampel

200 pada taraf signifikansi 0,000. Dengan demikian terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa dimensi kualitas pelayanan berbanding lurus dengan kepuasan, yaitu semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman, sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat memberikan pengaruh yang negatif terhadap kepuasan nasabah Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman.

Dimensi kualitas layanan yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah BRI unit di Kanca BRI Sleman adalah dimensi kualitas layanan empathy (kepedulian) adalah keramahan dan kesopanan karyawan kepada nasabah dan dimensi kualitas layanan responsiveness (daya tanggap) dalam kecepatan dan kesiapan dalam menangani komplain.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman

Berdasarkan hasil penghitungan, analisis menunjukkan bahwa t hitung Kualitas Layanan (X) dengan Loyalitas nasabah (Y_2) adalah 10,012 untuk jumlah sampel 200 pada taraf signifikansi 0,000. Dengan demikian terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas nasabah. Hal tersebut dapat diartikan bahwa dimensi kualitas pelayanan berbanding lurus dengan nasabah, yaitu semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah Nasabah Kupedes

BRI Unit di BRI Kanca Sleman, sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat memberikan pengaruh yang negatif terhadap loyalitas nasabah Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman.

Dimensi kualitas layanan yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah di BRI Unit di BRI Kanca Sleman adalah dimensi kualitas layanan assurance (Jaminan) dalam proses pelayanan pinjaman kupedes di BRI Unit cepat kurang dari 2 hari dengan sistem BRISPOT dan dimensi kualitas layanan empati (kepedulian) dalam memberikan perhatian secara pribadi terhadap nasabah yang mengalami kendala dalam masalah pinjaman kupedes.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman .

Berdasarkan hasil penghitungan, analisis menunjukkan bahwa t hitung Kepuasan Nasabah (Y1) dengan Loyalitas Nasabah (Y2 dengan dependen variabel loyalitas adalah 5,937 untuk jumlah sampel 200 pada taraf signifikansi 0,000. Hal ini berarti kepuasan nasabah menjadi variabel antara yang berpengaruh positif signifikan dalam hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh maka semakin loyal dalam penguasaan produk maupun tetap bertahan melakukan transaksi keuangan di BRI Unit Kanca Sleman.

Dimensi kualitas layanan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI unit di Kanca BRI Sleman reliability (kehandalan) adalah kemampuan petugas BRI Unit memberikan pelayanan yang sesuai standar layanan akan

berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah karena nasabah telah mendapatkan jasa pelayanan sesuai dengan yang diharapkan akan menjadikan loyalitas nasabah yang ditunjukkan dalam hal menolak produk lain dari bank pesaing dan tetap menjadi nasabah BRI Unit dan tidak berpindah ke bank lain.

Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah kupedes BRI Unit di Kanca Sleman dengan kepuasan nasabah sebagai variabel antara.

Hasil analisis koefisien jalur tidak langsung melalui mediasi kepuasan nasabah diperoleh koefisien jalur sebesar $(0,512 \times 0,321)=0,164$ dan koefisien jalur langsung sebesar 0,542 lebih besar dari koefisien jalur melalui mediasi 0,164. Berarti kepuasan nasabah bukan merupakan variabel antara hubungan kualitas layanan dengan loyalitas nasabah. Dengan demikian jalur langsung lebih kuat, kepuasan nasabah tidak menjadi variabel antara. Akan tetapi perilaku nasabah BRI Unit di wilayah pedesaan tidak mempermasalahkan puas dan tidak puas yang terpenting dalam proses pelayanan yang dibutuhkan adalah cepat, akurat, ramah, aman, dan nyaman.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan positif hal ini mendiskripsikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh karyawan Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman, dilihat dari kelima dimensi maka semakin memberikan harapan dan nilai positif kepada nasabah Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengaruh positif hal ini mendiskripsikan bahwa pelayanan sangat mempunyai pengaruh dengan loyalitas. Hal ini, menunjukkan pelayanan sangat baik dilihat dari kelima dimensi maka nasabah akan loyal dalam menggunakan produk tersebut serta tidak berpindah tempat lain untuk melakukan transaksi keuangan.
3. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah ada pengaruh positif, artinya apabila pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan atau nasabah merasa dapat memenuhi harapan maka pelanggan pelanggan tersebut akan puas dan tetap loyal untuk melakukan transaksi keuangan pada Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman,

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti namun perlu adanya saran dan masukan untuk melakukan perbaikan atau mempertahankan pada hasil deskripsi dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman bahwa Kualitas pelayanan pada kelima dimensi memberikan respon yang positif namun disarankan kepada pihak lembaga keuangan Nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman bahwa masih terdapat hal – hal yang perlu adanya perbaikan dimensi fisik yaitu menyediakan fasilitas yang memadai serta aman bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan, agar nasabah dapat memenuhi harapan dan tetap loyal menjadi nasabah Kupedes BRI Unit di BRI Kanca Sleman,

STIE Widya Wivana
Jangan Plagiat

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2012. Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali.
- Bawono, Anton, 2006. Multivariate Analysis dengan SPSS. Salatiga: STAIN.
- Bucak, Phd. Turgay. 2014. The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction: A Research on Hotel Businesses.
- Dedy Hariyanto dan Nindria Untarini, 2014, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel JW Marriott Surabaya
- Dick, A.S dan Basu, K., 1994, Customer Loyalty : Toward an Integrated Conceptual. Framework, Journal of Academy Marketing Science, Vol. 22
- Griffin, Jill. 1995. Customer Loyalty: How to Earn it, How to Keep it. Lexington. Books; Singapore
- Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, 2014, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki Di Kabupaten Tabanan, Universitas Udayana Bali.
- <http://worldbank.org/globalindex>, tanggal akses 12 Mei 2018
- I Wayan Widya Suryadharma dan I Ketut Nurcahya. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar.
- Lupiyoadi, Rambat. 2000. Manajemen Pemasaran jasa, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- McKinsey & co, *Mckinsey Global Investor Opinion On Corporate Governance*, 2005, jurnal Marketing Research Indonesia
- Nugroho, B. A., 2005. Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rachmatiwati, Oni Dian, 2015, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Nasabah Tabungan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Cabang Kota Batu), Universitas Brawijaya, Malang

- Parasuraman.,V Zeithaml. Dan L Berry. 1985, A Conceptual model of service quality and its implications for future research, Journal Of Marketing
- Setyawan, 2015, dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Pandanaran Semarang
- Sheth, J.N and Sisodia, R.S, 1999, *Does Marketing Need Reform? Fresh Perspectives on the Future. M.E Sharpe, Inc. Armonk, New York*
- Simamora, 2004, Riset Pemasaran, Jakarta, Gramedia Utama.
- Tjiptono, Fandy, 2000. Manajemen Jasa, Edisi Kedua. Andy offset, Yogyakarta.
- Tjiptono. Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta,. ANDI.
- Tony Kent, Reva Berman Brown. (2006). Erotic Retailing in The UK (1963-2003) The View From The Marketing Mix. Journal of Management History. Vol. 12 No. 2
- Tony Wijaya, 2005, Manajemen Kualitas Jasa, Jakarta : PT INDEKS,
- UU No.10 tahun 1998, tentang perbankan
- www.infobanknews.com, tanggal akses 23 Juni 2018
- Zeithaml Valerie A, Bitner Mary Jo, Gremler Dwayne D, 2009, Services Marketing, Singapura, McGraw.Hill Company Inc