

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
BISNIS PERBANKAN
(STUDI KASUS BANK BRI SYARIAH CABANG PEKANBARU)**

Oleh:
Ismerelda¹&Ruzikna²

Ismerelda93@gmail.com

¹Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

²Dosen Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya KM 12,5 Simpang Baru Panam Pekanbaru 2829

Abstract

Service Quality is how far the difference between reality and expectations of consumers with the services they received or acquired. loyalty is described as the desire of consumers to subscribe to the company continuously, buying and using products and services repeatedly, and recommend the company's products to others. Under these conditions, then a corporate banking services should be able to provide a quality service to its customers, in order to create customer satisfaction yhat will lead to these customers would be loyal to the product or services that exist in the bank.

This research was conducted at Bank BRI Syariah branch Pekanbaru is located on the road Arifin Achmad, Pekanbaru. The purpose of this research was conducted to determine the effect of service quality on customer loyalty on Bank BRI Syariah Branch Pekanbaru.

In this research methodology is descriptive and quantitative with SPSS, where samples were used that customer bank BRI Syariah Pekanbaru is a minimum use of the bank services bank BRI Syariah products at least 1 year and as a source of information is the General Manager, Manager Operational. To determine the sample using the formula Slovin, sampling. Data collection through questionnaires and interviews.

From the results of data analysis includes test validity, reliability, and simple linear regression, the quality of service in this study included five components of both the physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and caring. Each one has an indicator interrelated and positive effect on customer loyalty Bank BRI Syariah Branch Pekanbaru.

Keywords: *Service Quality, Customer Loyalty*

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Era globalisasi ditandai dengan dimulianya era perdagangan yang tidak mengenal batas batas Negara, perusahaan asing maupun perusahaan domestik mampu bersaing dalam suatu wilayah tertentu. Perusahaan-perusahaan bebas dalam menentukan apa yang harus dibuat dan dijual, sehingga strategi bisnis sekarang akan beresiko untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat sangat dibutuhkan manajemen yang handal dan mampu mengantisipasi setiap

persaingan, agar dapat menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien. Dewasa ini tuntutan dan kebutuhan masyarakat akan jasa layanan perbankan semakin meningkat, bisa dilihat begitu pesatnya perkembangan pada sektor perbankan. Menurut Abdullah Siddik, perbankan adalah sarana pembantu vital bagi perdagangan internasional dan pembangunan nasional dengan cara menghimpun dan menjalankan dana melalui jasa-jasa. Sektor perbankan memegang peranan yang penting dalam usaha pengembangan di sektor ekonomi, dan juga berperan dalam meningkatkan

pemerataan pembangunan serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan taraf kesejahteraan hidup masyarakat.

Seiring perjalanan waktu dan perkembangan jaman pertumbuhan jasa perbankan di Pekanbaru begitu pesat, terbukti dengan banyak berdirinya bank-bank pemerintah dan swasta yang bertaraf nasional dan internasional yang ada di Pekanbaru, disebabkan karena kota Pekanbaru sebagai ibukota provinsi Riau yang sedang giat-giatnya membangun dari berbagai sektor, terutama sektor industri dan perdagangan yang mempengaruhi pendapatan masyarakat Pekanbaru sehingga meningkatkan kesadaran calon nasabah akan kebutuhan terhadap jasa perbankan. Sementara itu di Pekanbaru sendiri yang mayoritas warganya yang beragama islam dengan adat yang masih sangat kental, sehingga membuat saya lebih tertarik untuk meneliti di bank yang berbasis Syariah. Dengan demikian perlu diketahui perkembangan perbankan berbasis Syariah di Pekanbaru, berikut daftar nama bank yang ada di Pekanbaru antara lain sebagai berikut ini :

Tabel 1
Daftar Nama-nama Bank pesaing di Pekanbaru

No	Nama Bank	Status	Tahun Berdiri
1	PT. BRI Syariah	Bank Usaha Syariah	2005
2	PT. BNI Syariah	Bank Usaha Syariah	2001
3	PT. BTN Syariah	Bank Usaha Syariah	2004
4	PT. Bank Riau Syariah	Bank Usaha Syariah	2004
5	PT. BankMandiri Syariah	Bank Usaha Syariah	2000
6	PT. Permata Bank	Bank Usaha	2000

	Syariah	Syariah	
7	PT. Bank Syariah Mega	Bank Usaha Syariah	2000
8	PT. Bank CIMB Niaga Syariah	Bank Usaha Syariah	2004

Berdasarkan dari data terlihat bahwa BRI Syariah bukanlah satu-satunya bank berbasis Syariah yang ada di Pekanbaru, ada beberapa bank yang telah membuka cabang baik kantor cabang utama maupun kantor cabang pembantu. Peneliti memutuskan untuk meneliti bank yang berbasis Syariah , karena pada saat ini perkembangan perbankan dengan prinsip syariah bisa dibilang cukup pesat. Selain itu dapat juga dilihat sekarang ini juga banyak bank konvensional yang mulai membuka bank yang berprinsip syariah ini karena bank berprinsip syariah mulai dilirik oleh para nasabah. Kelebihan bank yang berprinsip Syariah dibandingkan bank konvensional dimana mereka melarang melakukan transaksi yang mengandung unsur-unsur riba, maisir, gharar, dan jual beli haram. PT. Bank BRI Syariah salah satu bank berbasis Syariah yang ada di Pekanbaru yang beralamat di Jl. Arifin Ahmad no 7. PT. BRI Syariah beroperasi dengan mempersembahkan bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan bermakna. Melayani nasabah dengan layanan yang prima dan menawarkan berbagai produk kepada nasabah sesuai dengan prinsip Syariah.

Sejalan dengan semakin tingginya tingkat persaingan antar bank tersebut, maka setiap bank harus berusaha meningkatkan kemampuan daya saingnya, karena keuntungan yang didapat oleh suatu bank dari produk-produk yang ada sangat peka dan sangat mudah diungguli oleh bank pesaing lainnya. Salah satu unsur daya saing yang betul-betul mengunggulkan suatu bank sebagai suatu perusahaan

dalam bidang jasa adalah mutu pelayanan melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia yang dapat ditunjukkan melalui kinerja karyawan, penggunaan teknologi yang canggih, perbaikan sistem, prosedur dan lainnya. Suatu organisasi yang ingin berkembang dengan pesat, maka organisasi tersebut harus mempunyai sumber daya manusia yang mampu menampilkan kinerja dengan baik. Dalam suatu organisasi, kerjasama yang kuat antara setiap anggota merupakan suatu hal penting yang harus dimiliki agar terwujudnya tujuan yang telah ditetapkan.

Pemberian jasa yang buruk kepada nasabah akan memberikan citra yang buruk pula pada bank, jika hal ini akan menyebabkan nasabah “beralih” meninggalkan bank dengan mencari bank lain yang jasanya lebih baik karena keberhasilan bank sangat tergantung kepada nasabah. Terwujudnya tujuan tersebut dapat kita lihat dari data persentase perkembangan jumlah nasabah berikut ini :

Tabel 2
Presentase Perkembangan Jumlah Nasabah BRI Syariah Pekanbaru

No	Tahun	Jumlah	Persentase (%)
1.	2011	12.612 Orang	-
2.	2012	17.508 Orang	39%
3.	2013	21.190 Orang	21%
4.	2014	23.046 Orang	9%

Sumber : BRI.Syariah Pekanbaru

Dilihat dari data jumlah nasabah bank BRI Syariah setiap tahunnya mengalami penambahan nasabah, tetapi jika dilihat dari persentase perkembangan jumlah nasabah Bank BRI Syariah, mengalami penurunan setiap tahunnya. Penurunan ini menunjukkan nasabah tidak lagi mudah dipengaruhi dengan janji di awal transaksi. Tingkat penambahan perkembangan nasabah baru sangat

dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, karena apabila kualitas pelayanannya rendah akan menyebabkan nasabah tidak puas sehingga nasabah tidak lagi memanfaatkan BRI Syariah sebagai tempat memperoleh pelayanan perbankan. Kualitas pelayanan bank BRI Syariah sudah cukup baik hanya saja dirasakan kurang, ketika nasabah yang membutuhkan pelayanan pada tengah hari/jam makan siang, dimana pada tengah hari hanya ada satu teller jaga, sehingga pelayanan seluruh nasabah tidak terlaksana dengan baik. Kurangnya loyalitas nasabah pada bank BRI Syariah juga dapat terlihat dari kurang antusiasnya nasabah terhadap acara-acara yang dilakukan oleh pihak bank, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bisnis Perbankan Studi Kasus Bank BRI Syariah Pekanbaru”.

2. Perumusan Masalah

Menurut Nursya'bani Purnama (2006, p33) harapan pelanggan terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka peroleh. Dari sudut pandang konsumen, sumber informasi bisa dari internal maupun eksternal. Sumber informasi internal misalnya pengalaman pembelian masa lalu, pengamatan atau percobaan pembelian. Sumber eksternal berasal dari informasi luar konsumen, seperti dari konsumen lain, misalnya melalui informasi dari mulut kemulut atau informasi dari pemasar.

Kualitas pelayanan dilaksanakan dan dikembangkan oleh pihak perusahaan guna untuk mendapatkan dan mempertahankan calon nasabah sehingga nasabah loyal terhadap perusahaan. Dalam hal ini BRI Syariah selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan baik terhadap calon nasabah maupun nasabah. Dalam kenyataannya BRI Syariah belum maksimal dalam mempertahankan kualitas pelayanan sehingga menyebabkan

terjadinya gravik penurunan pencapaian target nasabah. Sehingga penulis merumuskan permasalahan yakni, **Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru?**

3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BRI cabang Pekanbaru.

2. Manfaat penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

a. Peneliti

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan juga untuk melatih diri melakukan penelitian, berfikir ilmiah, dan menambah wawasan dibidang bisnis perbankan dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan. Penelitian ini juga merupakan suatu kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori di perkuliahan, dan mencoba membandingkannya dengan praktik yang ada dilapangan.

b. Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dalam mengembangkan ilmu manajemen pemasaran khususnya kualitas pelayanan pada bisnis perbankan untuk mencapai loyalitas nasabah.

c. Praktis

Sebagai sarana untuk memberikan sumbangan penilaian mengenai loyalitas nasabah agar perusahaan perbankan mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga dapat lebih

meningkatkan atau mempertahankan kualitas pelayanan

II. KONSEP TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefenisikan tersendiri karena pada dasarnya kualitas pelayanan bersifat *intangible* (tidak berwujud), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau penjualan lain.

Pelayanan merupakan terjemahan dari istilah *service* dalam bahasa Inggris yang menurut Kotler yang dikutip **Tjiptono**, yaitu berarti “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu” . (dikutip dalam **Tjiptono 2004**).

Salah satu model kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model ServQual (*Service Quality*) seperti dikembangkan oleh Parasuraman, **Zeithaml**, dan **Berry** seperti yang dikutip oleh **Lupiyoadi (2006)** dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa, reparasi, peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbankan ritel, dan palang sekuritas. ServQual (*Service Quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan dan diinginkan (*expected service*).

Berdasarkan dari beberapa defenisi maka dapat dikatakan pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan, guna memenuhi harapan konsumen.

Parasuraman Zeithaml dan Berry (1985) dalam **Tjiptono(2001: 70)** menyimpulkan bahwa ada lima dimensi dari ServQual (*ServiceQuality*) yang

dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

- a) *Tangibles* (Bukti Fisik) merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.
- b) *Reliability* (Keandalan) merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah di janjikan secara tepat waktu.
- c) *Responsiveness* (Daya Tanggap) merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
- d) *Assurance* (Jaminan) merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
- e) *Emphaty* (Kepedulian) merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas adalah sikap dari nasabah dalam menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Sikap menentukan pilihan tersebut juga untuk membuat komitmen dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut (**Foster dan Cadogan 2000**).

Engel dalam **Ali Hasan (2008)** mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan kebiasaan perilaku pengulangan pembelian, keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pilihannya, dan bercirikan dengan pencarian informasi bersifat eksternal dan evaluasi alternatif.

Dimensi dari loyalitas pelanggan menurut **Foster dan Cadogan** loyalitas nasabah akan melahirkan 4

perilaku dan tindakan nasabah seperti berikut:

1. Perilaku nasabah yang bersifat memberikan rekomendasi untuk mengajak orang lain untuk melakukan pembelian atau menggunakan produk tersebut.
2. Nasabah akan melakukan aktivitas transaksi atau mempergunakan segala bentuk layanan yang ditawarkan oleh pihak perbankan.
3. Nasabah akan menjadikan perbankan tersebut sebagai pilihan pertama dalam mempergunakan jasa keuangan.
4. *Word of mouth* yaitu perilaku nasabah untuk membicarakan hal-hal yang bagus terhadap produk dari bank tersebut ke orang lain.

Teknik Pengukuran

Penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert (5:4:3:2:1). Skala Likert adalah pengukuran sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju, suka atau tidak suka, baik atau tidak baik terhadap suatu objek, subjek dan kejadian tertentu (**Sugiyono, 2009**). Skor jawaban responden terhadap kualitas pelayanan terdiri dari sangat setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

III. METODE PENELITIAN

1. Jenis Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari dua jenis yaitu data yang diperoleh langsung dari responden di bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru dan diolah agar penulis memperoleh data sesuai dengan kebutuhan penelitian yaitu tentang kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah.

Data penunjang yang dapat mendukung penulisan agar lebih baik adalah data sekunder yang berupa laporan-laporan dari bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru yang telah diolah dan disusun oleh perusahaan dan ada hubungannya dengan kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah.

2. Populasi dan Sampel.

a. Populasi

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu nasabah Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru karena dinilai memiliki pengetahuan dan pandangan serta mampu memberikan tanggapan terhadap penelitian, selain itu populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Syariah Cabnag Pekanbaru dari tahun 2011 sampai tahun 2014 yakni 23.046 orang.

b. Sampel

Dalam penelitian ini adapun metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu nasabah Bank BRI Syariah yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Untuk menentukan ukuran besarnya sampel maka dapat menggunakan rumus Slovin :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan dalam penelitian ini. (dalam penelitian ini digunakan 10% atau 0,1).

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{23.046}{1 + 23.046 \times 0,01} = 99,597 \text{ (di genapkan menjadi 100).}$$

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dan mendapatkan informasi dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah teknik angket (kuisisioner) dan teknik wawancara. Teknik angket (kuisisioner) dalam penelitian ini data diperoleh dengan cara menyebarkan kuisisioner dan mengumpulkannya kembali secara langsung di tempat objek penelitian yaitu

Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Sehingga diharapkan dapat mengungkap presepsi responden sebenarnya serta penulis dapat menghemat wakt, tenaga dan biaya.

4. Analisis Data

Data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

• Analisis Deskriptif

Analisis data yang masuk dengan cara dikelompokkan dalam bentuk table, kemudian diberi penjelasan sesuai dengan metode deskriptif.

• Analisis Kuantitatif

Analisis yang berhubungan dengan perhitungan statistic dengan melalui program SPSS.

Uji instrumen

• Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas kuesioner digunakan rumus stastistika Koefisien Korelasi Produk Moment dari person yang dapat dicari melalui program SPSS. Untuk menguji vadilitas kuesioner digunakan dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono,2004:104).

$$R_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2) - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{(n\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

n = Jumlah subjek

$\sum X$ = Jumlah harga dari skor butir

$\sum Y$ = Jumlah harga dari skor total

$\sum xy$ = Jumlah perkalian skor butir dengan skor total

\sum = Jumlah kuadrat dan skor butir

\sum = Jumlah kuadrat dan skor total

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

- **Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Arikunto (dalam Umar 2011) merumuskan alpha cronbach yang telah dibakukan sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} =reabilitas instrumen
 k =banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ =jumlah varian butir
 σ_t^2 =varian total

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai alpha cronbach (α)>0,60.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dalam menganalisis data hasil penelitian ini, maka pada tahap pertama peneliti melakukan pengujian kuesioner, yaitu uji validitas dan reabilitas. Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah digunakan model regresi linier sederhana yaitu sebagai berikut (Sugiyono:2000).

Persamaan regresinya : $Y = a + bX$

Dimana : Y =Loyalitas Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan

a = Parameter konstanta

b = Parameter koefisien regresi

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i)^2 - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$
$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Pengujian Hipotesis Koefisien Regresi

Pengujian hipotesis koefisien regresi bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan regresi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

- **Uji determinasi (R^2)**

Koefisien determinasi $[(R)^2]$ pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi $[(R)^2]$ mempunyai range antara 0 sampai ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila $[(R)^2]$ mendekati nol (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

Rumus : (Husein Umar,2011)

$$r^2 = \frac{b(n \sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

- **Uji Signifikasi Individu (uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial atau individu pengaruh dari variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat, maka dapat dilakukan dengan uji statistik (Husein Umar,2011)

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

H_a (alternatif) : $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_0 (nol) : $t_{tabel} > t_{hitung}$

Dimana :

H_a : Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

H_0 : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah.

IV. HASIL PENELITIAN

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka sesungguhnya responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Sesuai dengan standar pembuatan instrumen, bahwa sebelum instrumen digunakan sebagai alat uji penelitian, maka harus di uji cobakan terlebih dahulu. Oleh karena itu, untuk mengetahui tingkat keandalan atau kepercayaan instrumen penelitian ini, penulis melakukan uji coba kepada 100 responden.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dalam mengukur suatu konstruk, dan apakah dimensi-dimensi yang diukur secara sungguh-sungguh mampu menjadi item-item dalam pengukuran. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan *total score*.

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 23 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah apabila korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan dengan tingkat signifikansi 5% $df = n - 2$ $(100 - 2) = 98$ $r_{tabel} = 0.196$.

Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, dilakukan juga uji reliabilitas kepada keseluruhan sampel yang berjumlah 100 responden. Uji reliabilitas dilakukan pada butir-butir pernyataan yang telah valid. Teknik untuk menguji reliabilitas instrument yaitu dengan menggunakan metode cronbach's alpha dimana variable tersebut akan dinyatakan reliable dengan ketentuan

Adapun hasil uji reliabilitas terhadap 100 responden bahwa variable kualitas pelayanan (X) dan variable loyalitas Nasabah (Y) memiliki nilai cronbach's alpha diatas 0,60. Untuk variable kualitas pelayanan (X) nilai cronbach's alpha sebesar 0,654 dan dinilai baik, sedangkan untuk variable loyalitas nasabah (Y) nilai cronbach's alpha sebesar 0,803 dan dinilai baik. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X dan Y tersebut, telah memenuhi kriteria nilai batas dan dapat dinyatakan reliable serta layak untuk disebarakan kepada responden guna penelitian.

Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan linear antara satu variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) dengan variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Y) pada Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Persamaan Regresi Sederhana :

$$Y = 16,711 + 0.148X$$

Dari persamaan regresi menunjukkan koefisien regresi dari b, bernilai positif. Hal ini menunjukkan variabel-variabel bebas apabila ditingkatkan persamaannya akan menimbulkan peningkatan pula pada variabel terikatnya, seperti:

- a. Konstanta sebesar 16.711, artinya jika faktor kualitas pelayanan (X) nilainya adalah 0,

maka loyalitas nasabah bisnis perbankan (Y) nilainya positif yaitu sebesar 16,711.

- b. Nilai Koefisien faktor kualitas pelayanan (0.148) menunjukkan bahwa setiap perubahan kenaikan faktor kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah bisnis perbankan akan berubah naik sebesar 0.148 satuan atau 14,8% dari perubahan faktor kualitas pelayanan.

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen (Kualitas Pelayanan) dapat menjelaskan variabel dependennya (Loyalitas Pelanggan). Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasil baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Diperoleh nilai R. Square (R^2) sebesar 0.571 (57,1%) ini menerangkan bahwa loyalitas nasabah bisnis perbankan pada bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru dapat diterangkan faktor kualitas pelayanan yakni sebesar 57,1%. Sedangkan sisanya sebesar 42,9% menggambarkan variabel bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan adalah sebesar 57,1%. sedangkan sisanya sebesar 42,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Dan dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah dapat diterima. Dan pelaksanaan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas

nasabah, serta kualitas pelayanan memiliki implikasi terhadap loyalitas nasabah.

Uji Signifikansi Individu (Uji t)

Pengujian kebenaran hipotesis yang diperlukan untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut :

- Merumuskan hipotesis

Ho : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Ha : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

maka dapat dibuktikan kebenaran hipotesis yang penulis ajukan secara parsial dengan ketentuan :

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ bahwa variabel bebas dapat menerangkan bahwa benar terdapat pengaruh antara 2 variabel yang diteliti.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ bahwa variabel dapat menerangkan tidak terdapat pengaruh antara 2 variabel yang diteliti.

Uji t ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada signifikan 5% ($\alpha = 0,05$)

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= \alpha/2 : n-k-1 \\ &= 0,05/2 : 100- 1 - 1 \\ &= 0,025 : 98 \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

Maka berdasarkan hasil pengujian pada variabel faktor kualitas pelayanan (X) dengan menggunakan bantuan SPSS diperoleh t_{hitung} sebesar 2,441. Maka bila dibandingkan pada t_{tabel} pada signifikan $\alpha = 5\%$, yakni sebesar 1,984 dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.441 > 1.984$). Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa variabel X atau faktor kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bisnis perbankan pada bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bisnis Perbankan Studi Kasus Bank BRI Syariah Pekanbaru. Selain itu, penulis juga akan memberikan saran-saran sebagai implikasi dari hasil penelitian ini yang kiranya bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

4.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank BRI Syariah cabang Pekanbaru, dan dapat dikatakan bahwa bank BRI syariah telah melaksanakan seluruh aspek kualitas pelayanan secara efektif. Pada variabel kualitas pelayanan diperoleh pada dimensi *tangibles* (wujud fisik) memiliki rata-rata skor tertinggi. Ini dapat diartikan bahwa *tangibles* (wujud fisik) sudah dilaksanakan dengan efektif karena dari jawaban nasabah mendapat tanggapan paling dominan dari pada dimensi lain. Namun disisi lain pada dimensi *Responsiveness* mendapat tanggapan yang sedikit rendah untuk itu perlu ditingkatkan lagi.
2. Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah bank BRI Syariah cabang Pekanbaru cukup tinggi, pada variabel loyalitas nasabah diperoleh pada dimensi rekomendasi memiliki rata-rata skor tertinggi.

Ini dapat diartikan bahwa rekomendasi sudah dilaksanakan secara efektif dimana nasabah sudah menyampaikan kepada nasabah lain untuk menabung pada Bank BRI Syariah Pekanbaru karena dari jawaban nasabah mendapat tanggapan paling dominan dari responden.

3. Berdasarkan hasil perhitungan untuk melihat seberapa besar persentase sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat, setelah dilakukan pengolahan data ternyata diperoleh nilai R. Square (R^2) sebesar 0.571 (57,1%) ini menerangkan bahwa loyalitas nasabah bisnis perbankan pada bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru dapat diterangkan faktor kualitas pelayanan yakni sebesar 57,1%. Sedangkan sisanya sebesar 42,9% menggambarkan variabel bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.

4.2 Saran

1. Pada bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru, agar lebih meningkatkan lagi pada variabel kualitas pelayanan dimana dari tanggapan responden pada dimensi *Responsiveness* mendapat tanggapan rendah dari responden dengan rendahnya tanggapan responden pada indikator ini akan mempengaruhi karyawan dalam meningkatkan loyalitas nasabah.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar menambah variabel lain seperti budaya organisasi, kepuasan kerja, sarana prasarana dan lain sebagainya untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Brian, F. Foster, John W. Cadogan (2000). *Relationship Selling and Customer Loyalty*. an empirical

- investigation. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 18, No 4.
- Fandy Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayu media Publishing.
- Ferdinand A. 2002. *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 2, Seri Pustaka Kunci 03/BP UNDIP
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*, Edisi Revisi. Erlangga: Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit CV. Alfabeta : Bandung
- Husein, Umar, 2003. *Metode Riset Dan Perilaku Konsumen Jasa*. Glialia Indonesia, Jakarta.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis-edisi kedua*. Rajawali Pers, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran jasa*, Jilid I Edisi 2. Bandung:
- Riduwan dan Sunarto, H. 2007. *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidik Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*, Cetakan 1, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2000, *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Cv. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Dimensi dan Prinsip Kualitas Layanan*. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayu Media Publishing.