

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
NASABAH PADA TABUNGAN BTN BATARA (KASUS : PT. BANK
TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK., CABANG MEDAN)**

Oleh :

Alexander Aloysius¹ & Drs. Kasmiruddin, MSi²

rambealexander@yahoo.co.id

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

The quality of service is the level of excellence that is expected and control over that advantage to meet the wishes of costumers. As a result of service quality would give customers or costumers in banking to be faithful use the services of the banking.

This study aims to know the influence of the quality of services to the loyalty of costumers in the BTN Batara (PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk of Medan) as well as to test the influence of both these variables. The author using the method of analysis descriptive and some theory of the quality of service and loyalty of customers. The indicators used in a variable is an independent is realibility, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence and variable strapped to is the loyalty of customers. Gathering data using the questionnaire and interview. The sample used is accidental sampling. The source data used is the primary or data obtained directly from the questionnaire and interview. Data secondary is the data obtained from the customer service and the public company the bank, Bank Tabungan Negara of Medan.

The results of this is the tests are conducted can be concluded that variable the quality of service used to explain 73,7% impact on the variables the loyalty of customers while the rest of his 27,3% affected or be explained by other variables that are not included in this research.

Key word : The quality of service, The loyalty of customers

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Bank merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan kita sehari-hari. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti, tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran, penciptaan uang, mengedarkan uang, melakukan penagihan dan juga melakukan jasa keuangan lainnya. Bagi suatu negara bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Dengan pengertian lain kemajuan bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara tersebut. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya, keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya.

Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah kegiatan *funding*. Pengertian menghimpun dana adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas. Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai startegi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan. Jenis simpanan yang dapat dipilih oleh masyarakat adalah giro, tabungan, sertifikat deposito, dan deposito

berjangka. Bank memiliki strategi untuk menarik masyarakat dalam menanamkan dananya adalah dengan cara memberikan balas jasa. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya.

Aktivitas perbankan selanjutnya setelah memperoleh dana dalam bentuk simpanan dari masyarakat, maka perbankan akan memutar dana nasabah tersebut atau dijual kembali ke masyarakat dalam bentuk pinjaman atau istilah lainnya adalah kredit (*lending*). Dalam pemberian kredit juga dikenakan jasa pinjaman kepada penerima kredit (debitur) dalam bentuk bunga dan biaya administrasi. Besarnya bunga kredit sangat dipengaruhi oleh besarnya bunga simpanan, maka semakin besar pula bunga pinjaman dan demikian pula sebaliknya. Di samping bunga simpanan pengaruh besar kecil bunga pinjaman juga dipengaruhi oleh keuntungan yang diambil, biaya operasi yang dikeluarkan, cadangan risiko kredit macet, pajak serta pengaruh lainnya. Kegiatan perbankan mencakup dua hal saja dalam kegiatannya, yaitu menghimpun dana (*funding*) dan menyalurkan dana (*lending*) yang merupakan kegiatan utama perbankan.

Nasabah yang dikatakan loyal adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian

ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasidan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Oliver, 1996:392)dalam Ratih Hurriyati (2010:128).

Untuk memperoleh loyalitas dari nasabah, maka sektor perbankan harus dikelola secara profesional mulai dari segi kualitas pelayannya, strategi pemasaran yang baik serta perbankan juga harus inovatif dalam menciptakan produk yang dibutuhkan oleh nasabah. Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas nasabah. Dalam perusahaan jasa, pelanggan merupakan input. Jasa atau pelayanan yang disediakan oleh penyedia jasa tidak dapat dilaksanakan tanpa kehadiran pelanggan sebagai input pelayanan tersebut. Kepemilikan jasa juga hanya dapat dirasakan oleh pelanggan. Industri jasa juga dapat diukur sama dengan industri manufaktur, yaitu produktivitas, kualitas pelayanan, dan efisiensi (Johnston, 2005).

Kualitas pelayanan merupakan proses yang secara konsisten meliputi pemasaran dan operasi yang memperhatikan keterlibatan orang, pelanggan internal dan pelanggan eksternal, dan memenuhi berbagai persyaratan dalam penyampaian jasa (Haynes&Du Vall, 1992) dalam Wahyu Ariani (2009:178). Kualitas pelayanan meningkat apabila fasilitas pelayanan didesain sesuai dengan keinginan atau harapan pelanggan. Fasilitas pelayanan yang dilakukan dan diberikan perbankan adalah mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri),

costumer service, teller, satpam, ruangan ber-AC, ruangan bersih, dan ruangan wangi. Pelayanan prima (service excellent) bagi nasabah, di luar kinerja dan indikator keuangan, seperti total asset, rasio kecukupan modal, kredit bermasalah, dan loan to deposit ratio, merupakan faktor yang dijadikan pertimbangan dalam memilih bank. Faktor pelayanan menjadi begitu sangat penting ketika persaingan antar bank kian ketat.

Salah satu kontributor yang sering dipakai dalam mengembangkan pengukuran kualitas jasa/pelayanan adalah alat ukur kualitas pelayanan yaitu SERVQUAL (*Service Quality*) oleh Parasuraman Zeithaml. SERVQUAL diidentifikasi lima dimensi yaitu, *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*. Dari skala SERVQUAL ini, mereka berpendat bahwa dalam mengevaluasi kualitas jasa/pelayanan, konsumen membandingkan antara pelayanan yang mereka harapkan dengan persepsi atas pelayanan yang mereka terima (*Gap analisis*). Dalam hal ini, ukuran layanan yang berdasarkan kinerja akan lebih merefleksikan kualitas jasa pelayanan.

Salah satu cabang PT. Bank Tabungan Negara (persero), Tbk. Adalah PT. Bank Tabungan Negara (persero), Tbk. Cabang Medan yang beralamat Jl. Pemuda No. 10-A. Status kantor bank BTN cabang Medan adalah Kantor Cabang. Kota Medan adalah ibu kota dari provinsi Sumatera Utara. Industri perbankan di wilayah kota Medan secara umum sangat ketat persaingannya, karena telah banyak bank-bank yang berdiri disekitar

wilayah kota Medan dengan status bank milik pemerintah, swasta, dan ada juga status sebagai bank asing yang juga siap memberikan pelayanan kepada masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Untuk itu, BTN Cabang Medan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya demi menjadikan nasabah-nasabahnya yang sudah menyimpan uangnya serta melakukan transaksi keuangannya semakin loyal serta menarik calon nasabah lainnya untuk bergabung karena efek positif *word of mouth* yang dilakukan oleh nasabah yang loyal tersebut.

Dalam menghimpun dana dari masyarakat, pihak bank mempunyai kemampuan untuk menarik nasabah yaitu dengan cara meningkatkan suku bunga, berikut data yang menggambarkan laporan posisi keuangan jumlah dana yang disimpan oleh masyarakat di PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.

Tabel I.1
Tingkat Pertumbuhan
Jumlah Dana Tabungan
Nasabah Bank Tabungan
Negara Tahun 2012 hingga
Desember Tahun 2014
(dalam Juta Rupiah)

Tahun	Jumlah Dana Tabungan (Dalam Jutaan Rupiah)	Persentase (%)
Tahun 2012	21.101.387	-
Tahun 2013	23.679.742	12,2%
Tahun 2014	25.546.592	7,88%

Sumber: PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk.

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan jumlah dana tabungan nasabah mengalami penurunan. Diketahui dari perbandingan tabel diatas yang menyatakan bahwa pada tahun 2013 persentasi tingkat pertumbuhan jumlah dana tabungan nasabah adalah 12,2% sedangkan pada tahun 2014 persentasi tingkat pertumbuhan jumlah dana tabungan nasabah adalah 7,88%. Hal ini dikarenakan, kurang *loyal* (setia) nasabah dalam meningkatkan frekuensi menabung uangnya di bank BTN.

Tabel I.2
Perkembangan
Nasabah BTN Cabang
Medan Pada Tahun 2012
Hingga Tahun 2014

Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)	Persentase (%)
2012	20.897	-
2013	19.906	-4,74%
2014	18.890	-5,10%

Sumber:PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk Cabang Medan

Dari tabel 1.2 tersebut menunjukkan data jumlah nasabah bank BTN cabang Medan dari tahun 2012 hingga tahun 2014 mengalami penurunan dilihat dari persentase per tahun. Dimana, pada tahun 2013 jumlah nasabah mencapai 19.906 (-4,74%) dibandingkan dengan tahun 2012 dan pada tahun 2014 jumlah nasabah mencapai 18.890 orang (-5,10%) dibandingkan dengan jumlah

nasabah di tahun 2013. Penurunan jumlah nasabah di bank BTN cabang Medan mengindikasikan adanya sebuah masalah yaitu kurangnya loyalitas nasabah yang membuat nasabah bank BTN menggunakan produk perbankan lainnya yang bukan satu-satunya menggunakan produk bank BTN dan juga adanya nasabah yang tidak merekomendasikan produk bank BTN kepada nasabah lainnya untuk bergabung menjadi nasabah seperti dirinya.

Berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan yaitu didalam perusahaan, bahwa beberapa nasabah memiliki banyak keluhan, seperti transaksi yang tidak sesuai dengan pembukuan rekening yang dipegang nasabah dari pembukuan yang dilakukan oleh pihak bank, transaksi di kolom debit disaat penarikan uang tunai di mesin ATM namun uang tunai tidak diterima oleh nasabah, dan hal-hal keluhan lainnya yang membuat kurang puas nya nasabah akan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, yang dapat membuat nasabah menjadi tidak *loyal* (setia). Pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan bank BTN Cabang Medan adalah pelayanan yang baik yang dirasakan oleh nasabah.

Dari uraian yang di sampaikan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA TABUNGAN BTN BATARA (KASUS : PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk., CABANG MEDAN”**.

2. Perumusan Masalah

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan. Dalam hal ini, rasa kepuasan dan kepercayaan nasabah merupakan faktor penting dari eksistensi bank tersebut dimasa yang akan datang. Hal ini dikarenakan industri perbankan sangat mengutamakan pelayanan kepada nasabahnya guna membangun loyalitas nasabah. Oleh karena itu, Bank BTN cabang Medan perlu melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Penulis melakukan penelitian ini dengan rumusan masalah: **“Bagaimanakah kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Medan?”**

3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk Cabang Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk cabang Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk cabang Medan.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Akademis

1. Peneliti

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan di jenjang perguruan tinggi negeri, juga untuk melatih diri dalam melakukan penelitian, berfikir ilmiah dan juga menambah wawasan di bidang manajemen pemasaran dan melatih penulis untuk menerapkan teori-teori yang selama ini dipelajari dan diperoleh selama perkuliahan. Penelitian ini juga merupakan suatu kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori yang sudah dipelajari untuk diperbandingkan dengan praktik langsung di objek penelitian di lapangan.

2. Pembaca

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada pembaca tentang ilmu manajemen pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan pada industri perbankan untuk mencapai loyalitas nasabah. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dengan menggunakan judul yang sama.

b. Praktis

Sebagai sarana pemahaman untuk mementingkan fokus terhadap peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan pihak perbankan kepada nasabahnya demi memuaskan nasabahnya yang memberikan efek positif dapat membuat nasabahnya menjadi loyal.

II. TINJAUAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut **Haksever et al., 2000** dalam Wahyu Ariani (2009:11). Jasa atau pelayanan (*services*) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan psikologis. Jasa atau pelayanan juga merupakan kegiatan, proses, dan interaksi, serta merupakan perubahan dalam kondisi orang atau sesuatu dalam kepemilikan pelanggan (**Edvardsson et al., 2005**). Dalam hal ini, pelanggan terlibat sebagai pembantu produsen dalam proses produksi, sementara jasa atau pelayanan diciptakan di dalam dan selama proses produksi. Banyak definisi jasa atau pelayanan berfokus pada pelanggan dan pada kenyataannya, jasa atau pelayanan memang disediakan sebagai solusi bagi penyelesaian masalah pelanggan. Jasa atau pelayanan dilakukan dengan interaksi antara pelanggan dan karyawan penyedia jasa atau pelayanan tersebut.

Menurut **Haynes & Du Vall (1992)** dalam Wahyu Ariani (2009:178) kualitas pelayanan merupakan proses yang secara kosnisten meliputi pemasaran dan operasi yang memperhatikan keterlibatan orang, pelanggan internal dan pelanggan eksternal, dan memenuhi berbagai persyaratan dalam penyampaian jasa. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Parasuraman et al (1985) dalam Tjiptono (2005:273) menyimpulkan ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Reliability* dalam pelayanan juga didefinisikan sebagai kemampuan mewujudkan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat dipercaya. Hal ini berarti organisasi jasa memberikan pelayanan yang tepat, akurat, secara cepat, memuaskan dan menghargai semua pihak.
2. *Responsiveness* berarti keinginan atau kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan dengan tanggap.
3. *Assurance* berhubungan dengan dimensi pengetahuan, kompetensi, dan kesopanan dari para pemberi jasa, dan kemampuannya untuk memberikan pelayanan yang jujur, meyakinkan, dan terpercaya. Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
4. *Emphaty* yang dimaksudkan dalam kualitas pelayanan adalah perhatian yang diberikan oleh pemberi jasa kepada penerima jasa. Yang meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi

yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

5. Sedangkan *Tangibles* mencakup tersedianya bukti fisik dalam pelayanan seperti fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas menurut (Hermawan 2003:126) merupakan manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, men-*support*, mendapatkan rasa aman dan membangun keterikatan serta menciptakan *emotional attachment*. Sedangkan loyalitas dalam the oxford English dictionary adalah: “*a strong feeling of support and allegiance; a person showing firm and constant support*”. Dari definisi tersebut terdapat perasaan manusia terhadap suatu hal, apakah keluarga, teman, organisasi, atau merek. Perasaan inilah yang menjadi unsur utama dan menentukan keeratn serta loyalitas pelanggan. (Hermawan 2003:126).

Memiliki konsumen yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Tetapi kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui bahwa loyalitas konsumen dapat dibentuk melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari calon konsumen potensial sampai dengan *advocate customers* yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan.

Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai “*the long term success of the particular brand is not based on the*

number of consumer who purchase it only once, but on the number who become repeat purchase” melalui definisi ini, Kotler dan Koller ingin menjelaskan bahwa konsumen akan loyal diukur melalui tiga hal dibawah ini yaitu :

1. *Word of Mouth*: merekomendasikan orang lain untuk membeli atau mereferensikan kepada orang lain.
2. *Reject another*: menolak menggunakan produk lain atau menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.
3. *Repeat purchasing*: berapa sering melakukan pembelian ulang.

Teknik Pengukuran

Penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert (5:4:3:2:1). Skor jawaban responden terhadap kualitas pelayanan terdiri dari sangat baik, cukup baik, baik, kurang baik, dan tidak baik. Sedangkan loyalitas nasabah yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, sangat rendah.

III. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Medan, Provinsi Sumatera Utara dengan objek penelitian adalah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk., Cabang Medan yang beralamat di jalan Pemuda Nomor 10 A, PT. Bank Tabungan Negara Cabang Medan ini dipilih sebagai objek penelitian ini dikarenakan

jumlah loyalitas nasabah 3 (tiga) tahun terakhir mengalami penurunan.

2. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Merupakan keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang di teliti, adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank BTN Cabang Medan. Yang tercatat pasien diawal tahun 2014 sampai akhir tahun 2014 sebanyak 18.890 orang nasabah.

b. Sampel

Merupakan sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu, sehingga diharapkan dapat mewakili populasi, yaitu nasabah yang berada di dalam perusahaan bank BTN Cabang Medan.

Untuk menentukan besarnya sampel maka digunakan rumus Slovin :

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

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 0,01).

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{60.888}{1+60.888 \times 0,01} = 99,50$$

(di genapkan menjadi 100)

Dalam penelitian ini adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (yang melakukan transaksi perbankan didalam perusahaan BTN Cabang Medan).

3. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Angket (*questioner*) yaitu pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden yang telah ditetapkan sebagai sampel.
- b. Wawancara (*Interview*) yaitu penelitian melakukan hal tanya jawab dengan karyawan dibagian *costumer service*.

4. Jenis Dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari dua jenis yaitu:

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber yaitu *customer service* yang bersangkutan dalam pelaksanaan pelayanan kepada nasabah secara langsung di dalam perusahaan bank BTN Cabang Medan.

b. Data Sekunder

Data penunjang yang dapat mendukung penulisan agar lebih baik. Data sekunder ini dapat berupa sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi perusahaan.

5. Analisis Data

Data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- Analisis Deskriptif

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

- Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang berhubungan dengan perhitungan statistik. dalam penelitian analisis kuantitatif dengan perhitungan statistik dicari dengan program SPSS.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam menganalisis data hasil penelitian ini, maka pada tahap pertama peneliti melakukan pengujian kuisisioner, yaitu uji validitas dan

realibilitas. Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah digunakan model regresi linier sederhana (Husaini Usman, 2003:216).

Persamaan Regresinya : $Y = A + bX$

Dimana: Y = Loyalitas Nasabah

X = Kualitas Pelayanan

a = Parameter Konstanta

b = Parameter koefisien regresi

Dengan nilai :

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

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

Uji instrument

- Uji Validitas

Uji validitas merupakan pernyataan sejauh mana data yang dirampung pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur dan digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar kuesioner dalam mendefinisikan suatu variabel. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari *corrected item -*

total *correlation* masing-masing pertanyaan. Suatu pertanyaan dinyatakan valid jika r hitung $> r$ tabel. Maka item pertanyaan tersebut valid (Riduwan & Sunarto, 2007):

Dengan Rumus:

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

Keterangan :

r_{xy} = Nilai validitas atau koefisien korelasi
X = skor pertanyaan tertentu (*variabel independent*)

Y = skor pertanyaan total (*variabel dependent*)
n = jumlah responden untuk diuji
(Umar, 2002)

- Uji Reabilitas Data

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *cronbach alpha*. Penentuan realibel atau tidaknya suatu instrument penelitian dapat dilihat dari nilai alpha dan r tabel nya. Apabila nilai *cronbach alpha* $> r$ tabel maka instrument penelitian tersebut dikatakan reliabel, artinya alat ukur yang digunakan adalah benar. Atau realibilitas suatu

konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 (Riduwan & Sunarto,2007).

Dengan Rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(\frac{s_x^2 - \sum_{j=1}^k s_j^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan :

s_j^2 = varians skor item ke-
j dengan j= 1,2,...,k

k = banyaknya item yang
diujikan

s_x^2 = varians skor total
keseluruhan item

Pengujian Hipotesis Koefisien Regresi

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

Uji t ini dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dengan variabel Y (Loyalitas Nasabah).

Adapun rumus hipotesis statistiknya adalah :

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

(Husein Umar,2001)

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

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

Dimana :

Ho: Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

Ha: Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

- **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 :

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

IV. Hasil Penelitian

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kusioner, maka sesungguhnya responde 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 adalah 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 0.863 dan nilai alpha untuk variable loyalitas nasabah (Y) nilai cronbach's alpha sebesar 0.729 dan nilai alpha tersebut diterima. Hal ini bahwa variabel X dan Y tersebut, telah memenuhi kriteria nilai batas dan dapat dinyatakan reliabel serta layak untuk disebarkan 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 BTN Cabang Medan. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS. **Persamaan Regresi Sederhana :**

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 0,656 + 0,374 + e$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas:

- Nilai konstanta (a) sebesar 0,656. Artinya adalah apabila variable KUALITAS PELAYANAN diasumsikan nol (0), maka LOYALITAS KONSUMEN sebesar 0,656.
- Nilai koefisien regresi variable KUALITAS PELAYANAN sebesar 0,374. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan

KUALITAS PELAYANAN sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan LOYALITAS KONSUMEN sebesar 0,374.

Kontribusi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Cabang Medan

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 Nasabah). Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasil baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen. Dari tabel III.20 diketahui nilai Nilai R Square menunjukkan korelasi antara variable independen dengan variable dependen. Dan pada model regresi diketahui nilai R Square sebesar 0,737 atau 73,7%. Artinya adalah bahwa korelasi ganda antara variable independen dengan variable dependen memiliki hubungan yang kuat.

Diketahui R Square merupakan koefisien determinasi. Dan diperoleh nilai R Square sebesar 0,737 atau 73,7%. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variable KUALITAS PELAYANAN terhadap variable LOYALITAS KONSUMEN adalah sebesar 73,7%. Sedangkan

sisanya 26,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

Uji Signifikansi Individu (Uji t)

Pengujian kebenaran hipotesis yang diperlukan untuk mengetahui sejauh mana 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 mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah di bank BTN Cabang Medan.

Adapun rumus hipotesis statistiknya :

H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

H_a : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

Dengan kriteria pengujian :

Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan Persamaan berikut:

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

keterangan: n : jumlah
 k : jumlah variabel bebas
 1 : konstan

Dengan demikian diketahui t hitung (16,569) $>$ t tabel (1,984) dan Sig.(0,000) $<$ 0,05. Maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada tabungan BTN Batara.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilandasi dengan kajian teori dan perumusan masalah yang telah dibahas, selanjutnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari penjelasan tanggapan responden mengenai kualitas Pelayanan pada bank BTN Cabang Medan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dikategorikan baik serta tepat untuk diberikan kepada nasabah, terlihat dari variabel berkategori baik, sebagian besar nasabah memberikan tanggapan baik dengan kualitas pelayanan, yang artinya kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah memang benar adanya pelayanan yang baik diberikan oleh karyawan di bank BTN sehingga nasabah merasa puas dan loyal untuk menabung uangnya dan selalu menggunakan produk-produk jasa bank BTN.
2. Tanggapan responden terhadap loyalitas nasabah pada bank BTN Cabang Medan, maka dapat disimpulkan

bahwasannya nasabah bank BTN Cabang Medan sudah setia dengan menggunakan produk perbankan yang di jual dibank BTN Cabang Medan, hal ini terlihat dengan banyaknya tanggapan responden yang menyatakan puas terhadap pelayanan yang berkualitas yang diberikan oleh pegawai bank BTN.

3. Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi 5 komponen baik itu kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik, masing-masing memiliki indikator yang saling berkaitan. Dan memiliki arti variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

4.2 Saran

Dari kesimpulan-kesimpulandiatas, makapenulismencobamemberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai sumbu ngan pemikiran bagi perusahaan dimasa yang akandatang. Adapun saran daripenulissebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang diberikan dengan setulus hati kepada nasabah ataupun konsumen yang membeli produk jasa dari perusahaan yang memberikan hal positif dari nasabah yaitu rasa kepuasan yang melebihi persepsinya sebelum menggunakan produk jasa tersebut. Oleh karena itu, pihak perusahaan bank BTN Cabang Medan harus meningkatkan

pelayanan melalui karyawan yang bekerja dengan memperhatikan kehandalan dalam bekerja untuk melayani nasabah disaat mengalami kebingungan.

2. Agar loyalitas nasabah dapat dimiliki oleh bank BTN Cabang Medan, hal pertama kali dilakukan adalah memberikan kepuasan untuk nasabah disaat melakukan transaksi perbankan dari setiap produk yang digunakan. Kepuasan nasabah dapat dicapai dengan cara keinerja karyawan yang melayani dengan ramah, sopan, setulus hati dan juga melayani dengan berkomunikasi dengan tutur kata yang baik dan benar.

3. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank BTN Cabang Medan. Untuk kedepannya yang harus diperhatikan oleh pihak bank BTN Cabang Medan adalah hal pertama memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. Dengan pelayanan yang berkualitas, akan memberikan dampak yang positif yang dirasakan oleh nasabah menjadi puas dan menjadikannya setia untuk menggunakan selalu produk jasa bank BTN.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Jogjakarta: Graha Ilmu.
- Fahmi, Arifatul. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT. BRI Cabang Selat Panjang Kabupaten Kepulauan Meranti)*. Pekanbaru: Skripsi.
- Gasperz, Vincent. 2001. *Manajemen Bisnis Total, total quality management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hurryati, Ratih. 2010. *bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Lovelock, Christopher dkk. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Riduwan & Sunarto,H. 2007. *Pengantar Statiska*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, Cahaya Citra. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pasien Di rumah sakit Awal Bros Pekanbaru*. Pekanbaru: Skripsi.
- Sugiyono.2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2008. *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing
- Umar, Husein. 2001. *Riset Sumber Daya Dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, Husaini dan Akbar, Setaidy. 2003. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wood, Ivonne. 2009. *Layanan Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

www.btn.co.id