

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN DIFERENSIASI TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SULSELBAR CABANG UTAMA  
MAKASSAR**

***THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE AND DIFFERENTIATION  
TO CUSTOMER LOYALTY IN PT. BANK SULSELBAR MAIN BRANCH  
MAKASSAR***

<sup>1</sup>A. Hadijah Sarjan Irwan Marzuki, <sup>2</sup>Abdul Rahman Kadir, <sup>3</sup>Jumidah Maming

<sup>1</sup>Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar (hadijahirwan@yahoo.com)

<sup>2</sup>Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin  
(rahmankadir90@yahoo.com)

<sup>3</sup>Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin  
(jumidahmaming@yahoo.com)

**Abstrak.**

Kualitas layanan dan diferensiasi memiliki peran yang penting dalam bisnis perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar, serta untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diferensiasi terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang mengambil kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar yakni sebanyak 186 debitur. Teknik penarikan sampel dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, yakni teknik penentuan sampel secara kebetulan pada saat peneliti melakukan penelitian dan dianggap memenuhi syarat maka dapat dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Analisis dengan menggunakan sistem komputerisasi program SPSS release 24. Temuan penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. 2) Diferensiasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Dari dua variabel keduanya memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Diferensiasi, Loyalitas Nasabah.

**Abstract.**

*Service quality and differentiation have an important role in the banking business. This study aims to determine and analyze the effect of service quality on customer loyalty at PT. Bank Sulselbar Main Branch Makassar, as well as to know and analyze the influence of differentiation on customer loyalty at PT. Bank Sulselbar Main Branch of Makassar. The population in this study is all customers who take credit at PT. Bank Sulselbar Main Branch Makassar that is as much as 186 debtors. Sampling technique using accidental sampling technique, the technique of determining the sample by chance at the time the researcher conducted the research and considered eligible it can be used as a sample in this study. Analysis by using computerized system program SPSS release 24. The research findings show that 1) Quality of service has a positive and significant impact on customer loyalty at*

*PT. Bank Sulselbar Main Branch of Makassar. 2) Differentiation have a positive and significant impact on customer loyalty at PT. Bank Sulselbar Main Branch of Makassar. Of the two variables both have a positive effect on customer loyalty.*

*Keywords: Service Quality, Differentiation, Customer Loyalty.*

## **PENDAHULUAN**

Industri perbankan merupakan suatu industri yang sangat mengutamakan pelayanan dan juga berfungsi sebagai *Financial Intermediaries* antara pihak yang memiliki sumber dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Dunia perbankan pada masa sekarang ini mengalami kemajuan yang cukup pesat, seiring dengan semakin pesatnya kemajuan dunia perbankan. Persaingan antar bank juga semakin kompetitif, sehingga menyebabkan para manajemen di dunia perbankan harus selalu berinovasi untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk mampu memupuk keunggulan kompetitifnya masing-masing melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif serta efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak nasabah yang pada gilirannya nanti diharapkan "loyal" terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan perbankan (Qalby, Munir, & Jusni, 2018).

Hurriyati (2010:126) berpendapat bahwa di era perdagangan bebas yang tidak terproteksi sama sekali, maka yang menjadi tumpuan perusahaan untuk tetap mampu bertahan hidup adalah pelanggan atau nasabah-nasabah yang loyal. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan nasabah yang lama dan baru khususnya di era perdagangan bebas. Alasannya karena dengan loyalitas nasabah akan berdampak terhadap kinerja perusahaan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, maka ada dua faktor yang perlu diperhatikan dan menjadi fokus penelitian ini yaitu : kualitas pelayanan dan diferensiasi. Supriyanto (2003) menguraikan bahwa layanan harus dilakukan terus menerus untuk mendapatkan kepercayaan nasabah yang mengambil kredit, sehingga value menjadi penting. Value terbaik diharapkan dapat membuat nasabah puas dan pada akhirnya menjadi nasabah yang loyal. Penelitian Putra dan Herianingrum (2014) dimana menemukan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Surabaya. Kemudian Kheng, et.al.(2010), hasil temuan menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada Bank di Penang Malaysia.

Kemudian faktor kedua yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah diferensiasi. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2012:147) bahwa diferensiasi merupakan proses menambahkan serangkaian perbedaan yang bernilai guna membedakan tawaran perusahaan itu dari perusahaan pesaing. Aspek-aspek yang dapat didiferensiasikan dalam suatu perusahaan diantaranya adalah melalui produk yang dihasilkannya, penambahan jasa atau pelayanan, personalianya, saluran distribusinya dan citra perusahaan. Ferdinand (2013:76) menyatakan bahwa diferensiasi yang sukses haruslah strategi yang mampu : (a) menghasilkan nilai pelanggan, (b) memunculkan persepsi yang bernilai khas dan baik, serta (c) tampil sebagai wujud berbeda yang sulit untuk ditiru. Hal ini menyimpulkan bahwa kunci untuk strategi diferensiasi yang sukses terletak pada upaya mengembangkan “point of differentiation” terutama dari perspektif pandangan pelanggan daripada perspektif pandangan operasi bisnis agar pelanggan dapat loyal. Triyandi (2014) hasil penelitian menemukan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Eka Sari Lorena Perwakilan Pekanbaru. Kemudian Pradnasari, Arnidya (2009) menyatakan bahwa peran diferensiasi sangat diperlukan adanya karena dengan adanya strategi tersebut perusahaan akan mempunyai keunggulan yang lebih dari pesaing, dan hal itu merupakan salah satu strategi jangka panjang perusahaan yang dapat memberikan nilai lebih besar bagi pelanggan untuk loyal pada perusahaan. Hasil penelitian menemukan bahwa diferensiasi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Perbankan, tepatnya pada PT. Sulselbar Cabang Utama Makassar, yakni salah satu perusahaan milik pemerintah yang memberikan jasa dalam bidang perbankan. PT. Bank Sulsebar dalam melakukan aktivitas dalam pelayanan publik khususnya yang berkaitan dengan jasa perbankan adalah dengan memberikan pelayanan pemberian kredit kepada nasabah yang membutuhkan dana. Dimana jenis kredit yang disalurkan oleh PT. Bank Sulselbar kepada nasabah adalah meliputi: Kredit Umum Lainnya (KUL), Kredit konstruksi, Kredit PUR, kredit konstruksi, kredit koperasi dan kredit kepada pemerintah daerah. Dari sejumlah kredit yang disalurkan kepada nasabah maka dalam penelitian ini peneliti memilih kredit PUR Bank Sulselbar. Alasannya karena kredit PUR merupakan jenis kredit yang paling besar disalurkan kepada nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Masalah kredit PUR diperuntukkan bagi pengusaha mikro dan kecil baik perorangan maupun badan usaha yang bertujuan untuk pengembangan dan perluasan usaha.

Faktor yang menyebabkan adanya penurunan pemberian kredit karena banyaknya bank yang bermunculan, dimana masing-masing bank menawarkan berbagai macam kredit dengan bunga yang rendah, selain itu karena didukung dengan promosi dari masing-masing bank yang bermunculan sehingga menyebabkan persaingan antar bank semakin ketat, serta kurangnya perusahaan melakukan diferensiasi terhadap produk/jasa perbankan yang ditawarkan sehingga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka memilih judul penelitian yakni : Pengaruh Kualitas Layanan dan Diferensiasi terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar.

## **METODE PENELITIAN**

### ***Lokasi Penelitian***

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank SulSelbar Cabang Utama Makassar yang berlokasi di jalan Dr. Sam Ratulangi No. 20 Makassar .

### ***Desain dan Variabel Penelitian***

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *eksplanatori*, yakni suatu penelitian yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan diferensiasi dalam kaitannya dengan loyalitas nasabah pada perusahaan PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar.

### ***Populasi dan Sample***

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang mengambil kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar yakni sebanyak 65 debitur.

### ***Pengumpulan Data***

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data mengenai masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini digunakan 4 metode pengumpulan data yaitu metode observasi, metode kuesioner (angket), metode wawancara, dan studi dokumentasi.

### ***Analisis Data***

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda (*Multiple Linear Regression Analysis*) yang digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pengelolaan data menggunakan software SPSS realase 24.

### **HASIL**

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen dengan memperhatikan nilai thitung dari hasil regresi dengan tingkat kepercayaan 95% atau pada taraf nyata  $\alpha = 0,05$ . Pada tabel 2 memperlihatkan bahwa variabel kualitas layanan diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,202 > 1,670$ ) maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas layanan dengan loyalitas nasabah. Serta disamping itu didapat nilai signifikan yang kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), hal ini berarti dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Maka H1 diterima dan hal ini, dapat diinterpretasikan bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

Pada variabel diferensiasi dengan loyalitas nasabah diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,016 > 1,670$ ) maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel diferensiasi dengan loyalitas nasabah. Disamping itu didapat nilai signifikan yang kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), hal ini berarti dapat dikatakan bahwa diferensiasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Maka H2 diterima dan hal ini, dapat diinterpretasikan bahwa ada pengaruh antara diferensiasi dan loyalitas nasabah.

Pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dianalisis dengan menggunakan uji F, yaitu dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel pada taraf nyata  $\alpha = 0,05$ . Uji F mempunyai pengaruh signifikan apabila Fhitung  $>$  Ftabel atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% ( $P < 0,05$ ). Jika nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 5%, maka semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1. Hasil perhitungan analisis regresi diperoleh Fhitung sebesar 36,163 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan Ftabel pada taraf  $\alpha = 0,05$  diperoleh 3,145. Karena Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $36,163 > 3,145$ ) dan nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 5% ( $0,000$

< 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini secara serempak (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah**

Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah, hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Tjiptono (2009:69) bahwa kualitas layanan yang baik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara langsung. Maka dapat dinyatakan bahwa dimensi kualitas layanan yang berupa kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang positif berpengaruh langsung dengan dimensi loyalitas pelanggan. Begitu pula dengan pendapat Hurriyati (2010:126) bahwa di era perdagangan bebas yang tidak terproteksi sama sekali, maka yang menjadi tumpuan perusahaan adalah nasabah atau pelanggan yang loyal.

Hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan maka diperoleh hasil persepsi responden terkait dengan kualitas layanan yang sebagian besar nasabah memberikan jawaban setuju mengenai penampilan karyawan bank bersih, rapi dan menggunakan pakaian seragam. Ini menunjukkan bahwa karyawan bank Sulselbar dalam berpakaian selalu bersih dan rapi serta menggunakan pakaian seragam yang disesuaikan dengan hari kerja. Indikator mengenai kebersihan ruangan pelayanan bank yang bersih, yang sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Ini menunjukkan bahwa setiap ruang pelayanan bank khususnya ruang nasabah selalu dalam keadaan bersih sehingga nasabah loyal atau senang selama bertransaksi di bank. Indikator ruang pelayanan yang memberikan kenyamanan bagi nasabah bank sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Ini menunjukkan bahwa ruang pelayanan Bank Sulselbar memberikan rasa nyaman bagi nasabah karena dipasang oleh beberapa AC, sehingga nasabah merasa nyaman dan loyal dalam bertransaksi.

Kemudian dilihat dari kehandalan (*reliability*) nampak bahwa karyawan bank cepat dan tanggap dalam melayani nasabah dimana sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Ini menunjukkan bahwa karyawan bank Sulselbar sudah terlatih dan profesional sehingga cepat dan tanggap dalam melayani nasabah. Indikator karyawan bank yang menangani nasabah yang akan mengambil kredit tergolong cepat, dimana sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Ini berarti bahwa proses pengambilan kredit yang dilakukan karyawan bagian kredit sangat cepat dan mudah, sehingga nasabah loyal dan berkeinginan untuk mengambil kredit lainnya. Selanjutnya indikator keandalan petugas bank dalam menangani setiap masalah yang dihadapi oleh nasabah, ditandai dengan jawaban

terbanyak responden adalah setuju. Ini berarti bahwa petugas bank senantiasa memiliki keandalan dalam menangani setiap masalah yang dihadapi oleh nasabah.

Selanjutnya dilihat dari daya tanggap (*responsiveness*) nampak bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju mengenai keterampilan karyawan bank yang bertugas dalam melayani nasabah bank. Ini menunjukkan bahwa setiap Bank Sulselbar selalu memberikan diklat sehingga karyawan bank memiliki keterampilan terkait dengan dunia perbankan. Indikator bahwa karyawan Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar memiliki daya tanggap dalam melayani nasabah, Ini berarti bahwa setiap karyawan yang bekerja pada Bank Sulselbar selalu tanggap dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Indikator karyawan bank memiliki daya tanggap dalam melayani setiap keluhan nasabah, dimana sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Ini berarti bahwa setiap karyawan Bank Sulselbar selalu melayani setiap keluhan nasabah yang terkait dengan jasa perbankan.

Ditinjau dari jaminan (*assurance*) terlihat bahwa rata-rata responden memberikan jawaban setuju mengenai karyawan bank Sulselbar yang ramah dalam melayani nasabah. Ini menunjukkan bahwa Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar selalu menerapkan analisis 5C yakni: salam, senyum, sapa, sopan dan santun. Kemudian indikator karyawan bank Sulselbar yang dapat dipercaya dimana sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Ini menunjukkan bahwa fungsi Bank adalah kepercayaan, oleh karena itu setiap karyawan bank dapat dipercaya terkait dengan kredit yang diajukan. Sedangkan indikator Bank Sulselbar yang selalu menjaga kerahasiaan nasabah selama bertransaksi di bank, dimana sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Ini berarti bahwa setiap karyawan Bank Sulselbar selalu menjaga kerahasiaan dana nasabah di bank.

Selanjutnya ditinjau dari *emphaty* dimana sebagian besar responden memberikan jawaban setuju mengenai perhatian terhadap keluhan nasabah. Ini berarti bahwa karyawan bank selalu memperhatikan mengenai keluhan atau komplain setiap nasabah dan mencari solusi atas masalah tersebut sehingga membuat nasabah loyal. Sedangkan indikator karyawan tidak diskriminatif dalam melayani nasabah, dimana sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Ini menunjukkan bahwa karyawan Bank Sulselbar selalu adil dan tidak diskriminatif atau membeda-bedakan dalam melayani setiap nasabah.

Penelitian Putra dan Herianingrum (2014) meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. Sedangkan Kualitas

pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI Syariah Surabaya. Kemudian penelitian Kheng, *et.al.* (2010) meneliti mengenai *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia*. Penelitian ini menggunakan model SERVQUAL dengan lima dimensi digunakan oleh penelitian ini untuk mengevaluasi dampak positif kualitas layanan pada loyalitas pelanggan di antara pelanggan bank di Penang.

Sedangkan hasil penelitian yang peneliti lakukan menemukan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan perhatian mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Herianingrum (2014), dan Kheng, *et.al.* (2010).

### **Pengaruh Diferensiasi terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasil koefisien regresi variabel diferensiasi dengan menggunakan program SPSS release 24 maka diperoleh hasil koefisien regresi sebesar 0,273 selain itu memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa diferensiasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Hal ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Kotler (2012:147) bahwa diferensiasi merupakan proses menambahkan serangkaian perbedaan yang bernilai guna membedakan tawaran perusahaan itu dari perusahaan pesaing. Aspek-aspek yang dapat didiferensiasikan dalam suatu perusahaan di antaranya adalah melalui produk yang dihasilkannya, penambahan jasa atau pelayanan, personalianya, saluran distribusinya dan citra perusahaan. Dimana dengan diferensiasi yang dilakukan diharapkan perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Karena dengan diferensiasi tertentu dengan sendirinya akan menciptakan kepuasan pelanggan dan akan membuat seorang pelanggan melakukan pembelian berulang, sehingga membuat konsumen menjadi loyal terhadap suatu produk. Selanjutnya Kutcher (2010:14) bahwa diferensiasi merupakan bagian yang terintegrasi dengan kesuksesan perusahaan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Strategi diferensiasi merupakan salah satu strategi tingkat bisnis yang perhatian utamanya adalah melakukan suatu upaya bagaimana menciptakan dan memasarkan produk unik (khusus) bagi berbagai pelanggan agar dapat loyal terhadap produk yang ditawarkan.



Hasil penyebaran kuesioner ditemukan bahwa sebagian besar responden atau nasabah memberikan jawaban setuju mengenai strategi diferensiasi yang dilakukan oleh PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Hal ini dapat dilihat bahwa strategi diferensiasi produk bank Sulselbar memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan bank lain serta kualitas produk jasa bank dapat diandalkan, dimana sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Ini menunjukkan bahwa jasa kredit yang ditawarkan oleh Bank Sulselbar memiliki suku bunga yang rendah jika dibandingkan dengan bank lainnya, selain itu kualitas produk jasa kredit dapat diandalkan sehingga nasabah menjadi loyal dan tidak berpindah ke bank lainnya.

Kemudian ditinjau dari diferensiasi pelayanan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank sudah baik, serta pelayanan yang diberikan membuat kenyamanan selama bertransaksi di bank. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Sulselbar selalu memperhatikan nasabah baik dari segi pelayanan maupun dari segi kenyamanan selama bertransaksi di bank.

Ditinjau diferensiasi personalia bahwa karyawan mempunyai kemampuan dan berpengalaman selama melayani nasabah, serta semua karyawan bank dapat berkomunikasi dengan baik dan jelas, ditandai dengan jawaban terbanyak responden adalah tidak setuju dan cukup setuju. Ini menunjukkan bahwa Bank Sulselbar masih perlu melakukan diklat-diklat terkait dengan perbankan sehingga nantinya mempunyai kemampuan dan pengalaman, selain itu harus senantiasa terjalin komunikasi yang baik antara karyawan dengan nasabah.

Selanjutnya ditinjau dari diferensiasi saluran, bahwa lokasi bank Sulselbar sudah strategis dan memiliki jaringan yang luas. Ini menunjukkan bahwa Bank Sulselbar terletak di lokasi yang strategis sehingga nasabah mudah menjangkaunya baik dengan kendaraan umum ataupun kendaraan pribadi sehingga hal inilah yang membuat nasabah loyal, selain itu Bank Sulselbar memiliki jaringan atau cabang-cabang yang tersebar di kota Makassar dan daerah-daerah lainnya.

Penelitian Mariyana, Defi dan Okta Karneli (2014) meneliti mengenai pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Loyalitas pelanggan (Studi Kasus Toko Buku Zanafa) Metropolitan Ciry Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung  $(4,201) > t_{tabel} (1,984)$ . Sehingga diperoleh angka  $R_{square} (R^2)$  sebesar 0,153. Hal ini menunjukkan bahwa persentase kontribusi variabel independen (Strategi Diferensiasi) terhadap variabel terikat (*Customer Loyalty*) adalah 15,3% dan hubungan yang diberikan

lemah sebesar 0,15. Sedangkan sisanya sebesar 84,7% (100%-15,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk atau tidak diamati dalam penelitian ini.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Pradnasari, Arnidya (2009) meneliti mengenai Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Loyalitas kon-sumen pada Flexy Trendy Malang. Hasil analisis menunjukkan bahwa diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi citra berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada pengguna kartu selular prabayar CDMA Flexi Trendy di Desa Krebet Senggrong Kecamatan Bululawang Kabupaten Malang. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa diferensiasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mariyana, Defi dan Okta Karneli (2014) dan Pradnasari, Arnidya (2009).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka akan disajikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Sehingga hipotesis pertama yang diajukan dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Diferensiasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Sehingga hipotesis kedua yang diajukan dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Oleh karena itu, perlunya ditingkatkan lagi pelayanan yang diberikan kepada nasabah, misalnya dengan menerapkan 5S, yakni : senyum, salam, sapa, sopan dan santun, sehingga nasabah tertarik untuk menjadi nasabah dan merekomendasikan ke nasabah lain untuk masa-masa yang akan datang. Disarankan agar pelunya PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar untuk lebih meningkatkan diferensiasi yakni dengan menawarkan kredit bank yang bervariasi selain itu dengan menetapkan suku bunga yang lebih rendah dari bank lainnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, M.M., and Parvez, N. (2009). Impact of Services Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *ABAC Journal*, Vol. 29, No. 1, pp. 24-38.
- Auka, Daniel Onwonga, Joseph N. Bosire, Victor Matern, (2013). Perceived Service Quality and Customer Loyalty in Retail Banking In Kenya. *European – American Journals*.

- Barata, Atep Adya, (2004). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, cetakan kedua, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Bungin Burhan, (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, edisi pertama, cetakan kelima, Penerbit: Kencana, Jakarta.
- Daryanto dan Setyobudi Ismanto, (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*, .Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- Davidow, William, H. dan Bro Uttal, (2013). *Total Customer Service The Ultimate Weapon*. The Free Press, New York
- Dewi, Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma, Ni Nyoman kerti Yasa dan Putu Gde Sukaatmadja, (2014). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. BPR Hoki di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 3.5 (2014) : 257-275. ISSN : 2337-3067.
- Ferdinand, A. (2013). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Edisi ketiga, Fakultas Ekonomi, Semarang: UNDIP.
- Griffin, Jill, (2010), *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga.
- Hasan, Ali (2014). *Marketing*, cetakan pertama, Penerbit : Medpress, Yogyakarta.
- Hawkins, Dell. Best, Roger J. dan Coney, Kenneth A. (2015). *Consumer Behavior*. NewYork: The McGraw–HillCompanies, Inc.
- Huda, Ahmad Nurul dan Sri Wahyuni, (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta. *Jurnal Business & Management Review*.
- Hurriyati, Ratih, (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Nasabah*, cetakan pertama, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Jaworski, Bernard J., and Ajay K. Kohli, (2007). Market Orientation: Antecedents and Consequences, *Journal of Marketing* 57 (July): 53-70
- Kertajaya, Hermawan. (2011). *New Wave Marketing*. Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kheng, Lo Liang,. Mahamad, T. Ramayah, Rahim Mosahab, (2010). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, *Malaysia International Journal of Marketing Studies*, Vol. 2, No. 2 (2010).
- Kotler, Philip, (2012). *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, penerbit: PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lan Keller (2012). *Manajemen Pemasaran*, edisi keduabelas, Jilid satu, penerbit: Indeks, Jakarta.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright, (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cetakan II, Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Manjunath, S.J. and Aluregowda. (2013). Impact of Services Quality on Customer Satisfaction at AXIS Bank, *International Journal of Management and Social Sciences Research (IJMSSR)*, Vol. 2, No. 3, pp. 63-69.

- Mariyana, Defi dan Okta Karneli, (2014). Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Loyalitas pelanggan (Studi Kasus Toko Buku Zanafa) Metropolitan City Pekanbaru”. *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol. 4, No. 2.
- McKechnie, Sally (2012). *Consumer Buying Behavior in Financial Services: An Overview*. North Carolina: University of North Carolina.
- Nasution, M Nur, (2014). *Manajemen Jasa Terpadu*, cetakan kedua, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Niegel, Hill, (1996). *Handbook of Customer Satisfaction Measurement*, Cambridge: Great Britain at the University Press.
- Oliver, R.L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: The Mc-Graw-Hill Companies, Inc.
- Ondity, Arvinlucy Akinyi, Dr. Moses N.Oginda. Isaac Ochieng, dan Willis Oso, (2012). Implications of Service Quality on Customer Loyalty in The Banking Sector. A Survey of Banks in Homabay County, Kenya. *International Journal of Business and Social Science* Vol. 3 No. 21; November 2012.
- Pradnasari, Arnidya, (2009). Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Loyalitas konsumen pada Flexy Trendy Malang. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis*. Vol. 3, 2009.
- Pramana, I GedeYogi dan Ni Made Rastini, (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan nasabah dan loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 1, 2016: 706-733. ISSN: 2302-8912.
- Putra, Rizky Pratama dan Sri Herianingrum, (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. *JESTT*, Vol. 1, No. 9 September 2014.
- Qalby, A. N., Munir, A. R., & Jusni, J. (2018). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN ASTINET SEGMENT BISNIS PT TELKOM WITEL MAKASSAR). *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 1(2), 61-72.
- Rahim, A. Ganiyu (2017). Perceived Service Quality and customer loyalty: the mediating Effect of Passenger Satisfaction in the Nigerian Airline Industry. *International Journal of Management and Economics* No. 52, Oktober-Desember 2016, pp. 94-117,
- Siddiqi, K.O. (2011). Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 3, pp. 12-36.
- Sondakh, Conny, (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3
- Subagyo (2010). *Marketing In Business*, edisi pertama, Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Sugiyono (2016). *Statistik Untuk Penelitian*, cetakan kedupuluhdujuh, Penerbit : Alfabeta, Bandung.

- Sujarwo, Rizqilia Asriani. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Kredit KPR PT. Bank BTN KCP Tuban). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 24, No. 1, 2015.
- Supriyanto, E.B. (2003). “Memaksimalkan Keuntungan dengan Loyalitas Nasabah”, Infobank, Edisi 286, Maret 2003.
- Stanley W. Brown, (2000). *Customer Relationship Management*. Singapore: John Wiley and Sons Canada, Ltd.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keenam, Penerbit : BPFE, Yogyakarta.
- Syafruddin, Chan, (2003). *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy (2009). *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, edisi pertama, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). *Manajemen Kualitas Jasa*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triyandi, Dian (2014). Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Bisnis Transportasi (Kasus pada PT. Eka Sari Lorena Perwakilan Pekanbaru). *Journal FISIP* Volume 1 No.2 Oktober 2014
- Umar, Husein (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, Penerbit: Rajawali Pers, Jakarta.
- Usmara, Usri (2010). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, cetakan pertama, Penerbit: Amara Books, Yogyakarta.
- Utami, Desry Arief (2016). Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada Restoran Pizza Hut di Medan. Tesis Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Wahlers, James L. dan James F. Cox, (2014). Competitive Factors and Performance Measurement: Applying the Theory of Constraints to Meet Customers Needs. *International Journal of Production Economics*, 229-240.
- Wijaya, Tony (2011) *Manajemen Kualitas Jasa, Desain Servqual, QFD, dan Kano, Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, cetakan kesatu, Penerbit : Indeks, Jakarta.
- Yani, E. (2004) .Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Sumut di Medan, Tesis, Medan: Program Pascasarjana Universitas Sumatra Utara.
- Zakiy, Muhammad dan Evrita Putri Azzahroh (2017). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2017.
- Zeithmal, V.A. dan Bitner, M.J. (2013). *Service Marketing* (3<sup>rd</sup> ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Zulkarnain. (2012). *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis Dan Kecakapan Menjual*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

**Lampiran**

**Tabel 1. Hasil Uji Parsial ( Uji t )**

No.	Nama Variabel	Signifikan		t <sub>tabel</sub>	Batas Tolerance	Keputusan
		t <sub>hit</sub>	Sig			
1.	Kualitas layanan	4.202	0,000	1,670	0,05	Signifikan
2.	Diferensiasi	4,016	0,000	1,670	0,05	Signifikan

a. Dependent Variabel: Loyalitas nasabah

**Tabel 2. Hasil Uji Serempak (Uji F)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	861.719	2	430.859	36.163	.000 <sup>b</sup>
Residual	738.681	62	11.914		
Total	1600.400	64			

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

b. Predictors: (Constant), Diferensiasi, Kualitas layanan

**Tabel 3. Hasil Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 <sup>a</sup>	.538	.524	3,45170

a. Predictors: (Constant), Diferensiasi, Kualitas layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas nasabah