

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KOMITMEN, DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK AREA MAKASSAR RAYA**

***ANALYSIS OF SERVICE QUALITY INFLUENCE, COMMITMENT, AND CUSTOMER CONFIDENCE AGAINST CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY AT PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK MAKASSAR AREA RAYA***

<sup>1</sup>Farina Musdalifa Fakhruddin, <sup>2</sup>Haris Maupa, <sup>3</sup>Muhammad Ismail

<sup>1</sup>Bank Rakyat Indonesia (*farina.fakhruddin5@gmail.com*)

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

<sup>3</sup>Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin (*melph\_ayie@yahoo.com*)

**Abstrak.**

Saat ini perkembangan jasa perbankan tumbuh begitu pesat dikarenakan perbankan merupakan salah satu bagian dari lembaga keuangan yang berperan sangat penting bagi kelancaran kegiatan perekonomian dari suatu negara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komitmen, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Area Makassar Raya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif mendasarkan kajian prinsip rasional empirik. Pendekatan kuantitatif mendasarkan kajian prinsip rasional empirik. Oleh karena itu, sebelum melakukan penelitian peneliti harus menemukan permasalahan dan hipotesis untuk diuji berdasarkan atas kriteria-kriteria yang ditetapkan serta alat analisis yang digunakan yakni Smart PLS 2.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan, komitmen, dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Selanjutnya variabel kualitas pelayanan, komitmen, kepercayaan nasabah dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa kepuasan dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan, komitmen, dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Area Makassar Raya secara positif dan signifikan.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan, komitmen, kepercayaan nasabah, kepuasan, loyalitas nasabah

**Abstract.**

*Currently the development of banking services is growing so rapidly because banking is one part of financial institutions that play a very important role for the smooth economic activities of a country. This study aims to determine and analyze the influence of Service Quality, Commitment, and Customer Confidence Against Customer Satisfaction And Loyalty At PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Makassar Area Raya. The type of research used in this study is quantitative approach. The quantitative approach bases the study of empirical rational principles. The quantitative approach bases the study of empirical rational*

*principles. Therefore, before doing research the researcher must find the problem and hypothesis to be tested based on the criteria specified and the analytical tool used is Smart PLS 2.0. The results showed that partially, the quality of service, commitment, and customer confidence have a positive and significant impact on satisfaction. Furthermore, service quality variables, commitment, customer trust and satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. The indirect effect indicates that satisfaction can mediate the influence of service quality, commitment, and trust of customer to customer loyalty of PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Makassar Area Raya positively and significantly.*

**Keywords:** *Service Quality, commitment, customer trust, satisfaction, customer loyalty*

## **PENDAHULUAN**

Perbankan merupakan roda penggerak kegiatan perekonomian yang sangat penting. Seperti yang kita ketahui bahwa jasa perbankan hampir selalu kita gunakan untuk menunjang kelancaran dalam kegiatan keuangan yang kita lakukan. Dimana perbankan itu merupakan suatu lembaga yang berfungsi untuk menghimpun serta menyalurkan dana kepada masyarakat. Banyak jasa-jasa yang ditawarkan bank untuk memenuhi kebutuhan masyarakat baik dalam tabungan, kredit, deposito dan penyedia dana. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, menyebutkan bahwa “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Dalam perbankan, kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan menggunakan suatu produk jasa bank. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diterimanya menggunakan produk jasa itu. Jika harapannya lebih tinggi daripada kualitas produk jasa, ia akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapannya sama atau lebih rendah dari kualitas produk jasa ia akan merasa puas.

Nasabah memang harus dipuaskan, sebab apabila mereka tidak puas mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi nasabah pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan pendapatan perbankan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan nasabah agar dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang telah dirasakan oleh nasabah.

Oleh karena itu salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, tepatnya pada PT Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya adalah dengan menerapkan masalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti secara langsung kepada 10 orang nasabah di PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya tentang pelayanan Bank Rakyat Indonesia pada tahun 2017 dinyatakan bahwa kenaikan keluhan pada tahun 2017 di pengaruhi dalam hal pelayanan yang diterima seperti : (1) kurangnya tenaga teller yang ada sebanyak 5 orang yang dirasakan tidak cukup dalam melayani nasabah yang datang dan akhirnya menimbulkan antrian yang cukup panjang, (2) kurang luasnya ruang tunggu yang disediakan, (3) kurang tanggapnya karyawan dalam menyelesaikan keluhan nasabah, (4) kurang jelasnya informasi yang diberikan oleh karyawan tentang bank menjadikan nasabah tidak dapat menerima penjelasan informasi tersebut dengan baik, (5) kurangnya kecepatan

pelayanan oleh teller bank dalam melayani nasabah. Dari kelima point diatas menggambarkan bahwa dampak dari kualitas pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan keluhan dari nasabah karena tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Adanya nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya mengidentifikasi penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa tersebut dapat berdampak pada penurunan kepuasan nasabah. PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya sadar betul bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Nasabah yang kritis terhadap pelayanan yang diperoleh, membuat Bank Rakyat Indonesia semakin kritis terhadap pelayanan yang diperoleh, membuat Bank Rakyat Indonesia harus dapat melaksanakan kegiatan operasional sebaik mungkin untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Kualitas pelayanan yang ingin dipenuhi harus dibuat dari sudut pandang nasabah, karena nasabah bank merupakan penilai dari kualitas pelayanan sehingga prioritas utama dalam jaminan kualitas adalah penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa perbankan. Apabila PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya dapat memberikan pelayanan yang layak dan adil terhadap seluruh nasabah dan tentunya nasabah tersebut akan merasa dihargai dan nyaman dalam menggunakan jasa perbankan yang ditawarkan oleh PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya, sehingga konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.

Usaha untuk meraih kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan yang diberikan kepada para nasabah serta komitmen yang dimiliki oleh para nasabah Bank Rakyat Indonesia. Dimana kualitas pelayanan ini digolongkan menjadi lima model berdasarkan tingkat kepentingannya seperti yang dirumuskan oleh Kotler dan Keller (2006:56) “Dimensi Kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan diantaranya meliputi beberapa hal yaitu: *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Tanggapan), *Assurance* (Jaminan), serta *Empathy* (Empati). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut merupakan andalan yang digunakan oleh PT Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

*Tangible* (Bukti Fisik) merupakan salah satu faktor dalam penentu kepuasan nasabah. “Termasuk fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan perorangan” (Mowen dan Minor, 2002:91). Setelah bukti fisik faktor yang berikutnya adalah *Responsiveness* (Tanggapan) dimana “Konsumen diberikan pelayanan dengan segera” (Mowen dan Minor, 2002:91), Faktor yang berikutnya adalah faktor *Assurance* (Jaminan) yang berupa “Pengetahuan dan etika pegawai, serta kemampuan mereka untuk membangkitkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan” (Mowen dan Minor, 2002:91). Selanjutnya adalah *Empathy* (Empati) merupakan “Kesediaan memberikan perhatian yang mendalam khusus kepada masing-masing pelanggan” (Kotler dan Keller, 2006:56). Kemudian faktor atau cara yang terakhir adalah *Reliability* (Kehandalan) dimana keandalan ini merupakan “Kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat” (Kotler dan Keller, 200:56).

Selain kualitas pelayanan, untuk mendapatkan loyalitas nasabah, pihak Bank juga harus memperhatikan aspek komitmen dan kepercayaan nasabah. Komitmen pelanggan dapat diartikan sebagai keinginan pelanggan yang berlangsung dalam waktu yang lama untuk mempertahankan hubungan yang bernilai atau menguntungkan (*valued relationship*) dengan pihak perusahaan. Pelanggan yang mengharapkan bahwa hubungannya dengan perusahaan akan memberikan manfaat akan cenderung komitmen yang tinggi terhadap perusahaan. Komitmen yang tinggi ini pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Sedangkan kepercayaan menurut Kotler (2009:219) adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antarpribadi dan antarorganisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif mendasarkan kajian prinsip rasional empirik. Oleh karena itu, sebelum melakukan penelitian peneliti harus menemukan permasalahan dan hipotesis untuk diuji berdasarkan atas kriteria-kriteria yang ditetapkan menggunakan analisis jalur.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya tepatnya di Bank BRI Cabang Ahmad Yani, Cabang Somba Opu, Cabang Panakukkang dan Cabang Tamalanrea sedangkan objek penelitian adalah Nasabah Penabung Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya. Penelitian ini dilaksanakan dalam periode kurang lebih 4 bulan dari Februari 2018 sampai Mei 2018

### **Populasi dan Sampel**

Populasi menurut Sugiyono (2016) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi yang digunakan adalah Nasabah Penabung PT Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya tahun Desember 2017 sebanyak 117.782 orang. Adapun sampel dari penelitian ini diambil menggunakan rumus slovin dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

### **Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa metode penelitian adalah cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data yang di perlukan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka dan dokumentasi.

### **Analisis Data**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung akan variabel-variabel yang diteliti. Adapun uji statistik yang dilaku yaitu uji validitas dan reliabilitas serta analisis jalur yang menggunakan bantuan software Smart PLS 2.0 dan perhitungan sobel test untuk mengetahui pengaruh mediasi.

## **HASIL**

Lampiran 1 tentang deskripsi tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya yang menunjukkan 5 pernyataan dari variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata 4.70. Para responden memberikan tanggapan terhadap variabel tersebut dengan kategori tinggi. Pada tabel tersebut terlihat masih ada nasabah yang masih ragu-ragu dengan memberikan penilaian kurang setuju pada pernyataan-pernyataan yang ada. Pernyataan tertinggi memiliki rata-rata skor 4.96 sedangkan rata-rata skor terendah yaitu 4.62.

Lampiran 2 menunjukkan 4 pernyataan dari variabel komitmen memiliki rata-rata diatas 4.63. Para responden memberikan tanggapan terhadap variabel tersebut dengan kategori tinggi. Pada tabel tersebut terlihat masih ada nasabah yang masih ragu-ragu dengan memberikan penilaian kurang setuju pada pernyataan-pernyataan yang ada. Pernyataan tertinggi memiliki rata-rata skor 4.67 sedangkan rata-rata skor terendah yaitu 4.57.

Lampiran 3 menunjukkan 4 pernyataan dari variabel kepercayaan memiliki rata-rata diatas 4.61. Para responden memberikan tanggapan terhadap variabel tersebut dengan kategori tinggi. Pada tabel tersebut terlihat masih ada nasabah yang masih ragu-ragu dengan

memberikan penilaian kurang setuju pada pernyataan-pernyataan yang ada. Pernyataan tertinggi memiliki rata-rata skor 4.64 sedangkan rata-rata skor terendah yaitu 4.59.

Lampiran 4 menunjukkan 4 pernyataan dari variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata diatas 4.60. Para responden memberikan tanggapan terhadap variabel tersebut dengan kategori tinggi. Pada tabel tersebut terlihat masih ada nasabah yang masih ragu-ragu dengan memberikan penilaian kurang setuju pada pernyataan-pernyataan yang ada. Pernyataan tertinggi memiliki rata-rata skor 4.63 sedangkan rata-rata skor terendah yaitu 4.51.

Lampiran 5 menunjukkan 4 pernyataan dari variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata diatas 4.63. Para responden memberikan tanggapan terhadap variabel tersebut dengan kategori tinggi. Pada tabel tersebut terlihat masih ada nasabah yang masih ragu-ragu dengan memberikan penilaian kurang setuju pada pernyataan-pernyataan yang ada. Pernyataan tertinggi memiliki rata-rata skor 4.63 sedangkan rata-rata skor terendah yaitu 4.61.

Lampiran 6 menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung dari kesepuluh hipotesis yang ditentukan. Untuk pengaruh langsung dapat diperoleh nilai koefisien dan t statistik dari *software* Smart PLS 2.0 sedangkan untuk pengaruh mediasi digunakan sobel test dengan angka-angka yang berasal dari tabel path coefficients hasil olah data Smart PLS 2.0. Kesemua hipotesis menunjukkan pengaruh positif dan signifikan sehingga semua hipotesis dalam penelitian ini diterima.

## PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian ini dilakukan dalam menganalisis temuan-temuan yang diperoleh dari hasil pengamatan di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya. Dimana dalam penelitian ini diperoleh temuan secara empirik menyatakan bahwa kualitas pelayanan, komitmen, dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan. Hal ini dapat disimpulkan dalam pembahasan hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

### 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

Hasil analisis mengenai kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah diperoleh temuan secara empirik bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Dimana semakin baik kualitas pelayanan yang dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya maka akan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Terlihat dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dengan nilai rata-rata skor yang tinggi dimana para nasabah BRI Makassar Raya memiliki loyalitas tinggi karena adanya kualitas pelayanan yang baik misalnya memiliki ruang pelayanan yang nyaman ataupun memberi jaminan atas layanan yang ditawarkan.

Teori yang mendukung penelitian ini dikemukakan oleh Parasuraman (1985) yakni suatu alat ukur dari kualitas pelayanan yang disebut *servqual*, dimana di dalamnya terdapat variabel dari kualitas layanan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian dari Putra, A. D. (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

### 2. Pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah

Hasil analisis mengenai komitmen dengan loyalitas nasabah diperoleh temuan secara empirik bahwa komitmen berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Dimana semakin baik komitmen yang dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya maka akan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Dari total responden hampir seluruhnya menjawab setuju dan sangat setuju mengenai pernyataan tentang komitmen dari PT Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya. Komitmen yang dijaga misalnya melakukan

penyesuaian sesuai dengan kebutuhan layanan dan memberi layanan sesuai kebutuhan masyarakat sehingga hal tersebut meningkatkan loyalitas dari nasabah.

Tjiptono (2005 : 215) berpendapat bahwa komitmen merupakan hasrat atau keinginan kuat untuk mempertahankan dan melanjutkan relasi yang dipandang penting dan bernilai jangka panjang. Komitmen biasanya tercermin pada perilaku kooperatif dan tindakan aktif untuk tetap mempertahankan relasi yang telah terbina. Komitmen adalah suatu sikap yang merupakan niat untuk mempertahankan keterhubungan jangka panjang karena hubungan tersebut dirasa berharga dan memberikan manfaat.

Penelitian dari ELLENA, Frieda; RAHARDJO, Susilo Toto . (2011) dengan judul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pematang Siantar)” menemukan bahwa komitmen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sehingga penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

### **3. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah**

Hasil analisis mengenai kepercayaan dengan loyalitas nasabah diperoleh temuan secara empirik bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Dimana semakin baik kepercayaan yang dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya maka akan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Kepercayaan dari para nasabah BRI Makassar Raya terlihat dari hampir keseluruhan responden memberi tanggapan setuju dan sangat setuju. Perasaan aman untuk bertransaksi pada Bank BRI ataupun pemberian layanan yang berkualitas menciptakan loyalitas nasabah yang baik.

Kepercayaan didefinisikan oleh Moorman, Deshpande dan Zaltman (1993:82) sebagai keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra bertukar yang dipercayai. Dalam hal ini para nasabah mendapat keuntungan ketika melakukan kerjasama dengan pihak BRI Makassar Raya.

Hasil penelitian dari Saputro, R., & LATARUVA, E. (2010) dengan judul “Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pt. Nusantara Sakti Demak)” menemukan bahwa kepercayaan Pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas Pelanggan sehingga hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

### **4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah**

Hasil analisis mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah diperoleh temuan secara empirik bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Dimana semakin baik kualitas pelayanan yang dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Tingginya nilai tanggapan dari para responden menunjukkan rasa puas yang tinggi terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh pihak BRI Makassar Jaya.

Menurut Wyckof dalam buku Fandy Tjiptono (2008:86) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Penelitian dari Hidayat, R. (2009) dengan judul “Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri” menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

### **5. Pengaruh komitmen terhadap kepuasan nasabah**

Hasil analisis mengenai komitmen dengan kepuasan nasabah diperoleh temuan secara empirik bahwa komitmen berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Dimana semakin baik komitmen yang dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya maka akan dapat meningkatkan kepuasan. Dari pembagian kuisioner dapat dilihat nilai tanggapan responden hampir keseluruhan memilih tanggapan setuju dan sangat setuju. Kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh pelayanan serta layanan sesuai kebutuhan masyarakat misalnya KUR BRI dengan nilai bunga terendah diantara bank lain member kepuasan tersendiri bagi para nasabah untuk melakukan transaksi di BRI Makassar Raya.

Komitmen dapat dipengaruhi oleh investasi yang kita tanamkan dalam membentuk suatu hubungan (Rusbult, 1980). Investasi yang dikeluarkan antara lain waktu, energy, keterlibatan emosional, pengalaman kebersamaan, dan pengorbanan untuk rekan atau anggota yang lainnya. Setelah berinvestasi dalam suatu hubungan atau kelompok maka pasti akan ada positif negatifnya. Yang dimaksudkan disini adalah dimana ada yang merasa puas dan tidak puas.

Penelitian dari Aris Wibowo dengan judul “Analisis pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah (Studi Pada Nasabah PT. NSC Finance)” menemukan bahwa komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

#### **6. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah**

Hasil analisis mengenai kepercayaan dengan kepuasan nasabah diperoleh temuan secara empirik bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Dimana semakin baik kepercayaan yang dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Menurut Zikmund (2003:72), kepercayaan pelanggan merupakan evaluasi purna jual beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan. Dalam hal ini jika harapan pelanggan terpenuhi maka akan terbentuk sebuah kepuasan atas sebuah pelayanan.

Penelitian dari Pontoh, M. B., Kawet, L. K., & Tumbuan, W. A. (2014) dengan judul Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

#### **7. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah**

Hasil analisis mengenai kepuasan dengan loyalitas nasabah diperoleh temuan secara empirik bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Dimana semakin baik kepuasan yang dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya maka akan dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011) dengan judul “Pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas: Studi tentang peran mediasi switching costs” menemukan bahwa kepuasan mempengaruhi Loyalitas Konsumen baik secara langsung sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

#### **8. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan**

Hasil analisis dalam penelitian ini menemukan kepuasan dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Dimana semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterima oleh nasabah maka kepuasan semakin meningkat dan berdampak pada loyalitas nasabah yang baik pula.

Tjiptono (2012:85) berpendapat bahwa “kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan merupakan elemen kunci yang menentukan kesuksesan implementasi konsep pemasaran”.

Hasil temuan empirik ini sejalan dengan Penelitian dari Anggraeni, L. R. (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Mlarak Cabang Ponorogo)” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah dan kepuasan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hasil dari penelitian sebelumnya.

**9. Pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan**

Hasil analisis dalam penelitian ini menemukan kepuasan dapat memediasi pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah. Dimana semakin tinggi komitmen dari pihak Bank BRI Area Makassar Raya yang diterima oleh nasabah maka kepuasan semakin meningkat dan berdampak pada loyalitas nasabah yang baik pula.

Penelitian dari Aris Wibowo dengan judul “Analisis pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah (Studi Pada Nasabah PT. NSC Finance)” menemukan bahwa komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian dari ELLENA, Frieda; RAHARDJO, Susilo Toto . (2011) dengan judul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemasang)” menemukan bahwa komitmen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sehingga penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya dimana kepuasan dapat memediasi pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah.

**10. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan**

Hasil analisis dalam penelitian ini menemukan kepercayaan dapat memediasi pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah. Dimana semakin tinggi kepercayaan nasabah maka kepuasan semakin meningkat dan berdampak pada loyalitas nasabah yang baik pula.

Menurut Hermawan (2002) kepercayaan timbul karena adanya suatu proses yang lama. Apabila kepercayaan sudah timbul antara nasabah dan pelanggan, maka usaha untuk membina hubungan kerja sama akan lebih mudah. Kepercayaan timbul ditunjukkan oleh loyalitas. Kepercayaan juga dapat diperoleh dengan melakukan suatu hal yang terbaik terhadap nasabah melalui suatu hubungan. Tingkat kepercayaan dapat diukur melalui beberapa faktor antara lain kejujuran dalam bertransaksi, tanggung jawab(komitmen), kualitas pelayanan dan masih banyak lagi. Ketika seorang nasabah merasa yakin dan sesuai harapan maka akan meningkatkan loyalitas seseorang terhadap sebuah layanan perusahaan.

Penelitian dari Pontoh, M. B., Kawet, L. K., & Tumbuan, W. A. (2014) dengan judul Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan. Lebih lanjut hasil penelitian dari Saputro, R., & LATARUVA, E. (2010) dengan judul “Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pt. Nusantara Sakti Demak)” menemukan bahwa kepercayaan Pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas Pelanggan sehingga hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya dimana kepuasan dapat memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis dan dibahas dalam penjelasan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.
2. Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.
5. Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.
6. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.
7. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.
8. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.
9. Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.
10. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya.

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran bagi pihak manajemen Bank BRI Area Makassar Raya yaitu :

1. Perlu lebih meningkatkan kualitas pelayanan mengingat saat ini semakin banyak Bank yang terdapat di kota Makassar. Hendaknya PT. Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya agar berinvestasi dalam pelatihan untuk seluruh pekerja di segala tingkat jabatan, yang akan membuat para karyawan lebih mengerti bahwa mereka memiliki tanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.
2. Untuk meningkatkan komitmen nasabah, pihak PT. BRI Area Makassar Raya hendaknya lebih memperhatikan keterlibatan emosional dan meningkatkan pengalaman kebersamaan terhadap nasabah.
3. Untuk meningkatkan kepercayaan nasabah, PT. BRI Area Makassar Raya harus bisa memenuhi apa yang diinginkan konsumen sesuai janji yang telah diberikan, kepercayaan konsumen dapat berdampak positif dan juga negatif bagi perusahaan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraeni, L. R. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Mlarak Cabang Ponorogo). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2).
- Mowen, John. Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Penerbit : Erlangga. Jakarta
- ELLENA, Frieda; RAHARDJO, Susilo Toto . (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang).
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 11(1), pp-59.
- Kotler Philip, Keller Lane Kevin. 2007. *Marketing Management*. Edisi 12, Jilid 2, *Pearson Education, New Jersey*

- Kotler, Philip, 2000, Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Penerbit : Prehallindo. Jakarta
- Pontoh, M. B., Kawet, L. K., & Tumbuan, W. A. (2014). Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Putra, A. D. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan. (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS STIKUBANK).
- Sugiyono. 2017. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D. cetakan Ke-25 . Penerbit : Alfabeta. Bandung
- Tjiptono Fandy. 2008. *Service Management* Mewujudkan Layanan Prima. Edisi pertama. Penerbit : CV Andi Offset. Yogyakarta

**Lampiran****Lampiran.1 Deskripsi Tanggapan Responden mengenai kualitas pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya**

Pernyataan	Tanggapan					Rata-Rata
	STS	TS	KS	S	SS	
Bank BRI Makassar Raya memiliki ruang pelayanan yang nyaman			6	160	330	4.96
Bank BRI memberi penawaran layanan yang lebih baik daripada bank lainnya			12	120	330	4.62
Para karyawan Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya memberi pelayanan dengan baik dan tanggap			9	120	335	4.64
Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya memberi jaminan atas layanan yang ditawarkan			15	104	345	4.64
Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya memiliki empati dalam hal peningkatan kesejahteraan rakyat kecil			15	100	350	4.65
Total Rata- Rata Variabel						<b>4.70</b>

Sumber: Data Primer

**Lampiran 2. Deskripsi Tanggapan Responden mengenai komitmen pada PT. Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya**

Pernyataan	Tanggapan					Rata-Rata
	STS	TS	KS	S	SS	
Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya melakukan penyesuaian sesuai dengan kebutuhan layanan			15	132	310	4.57
Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya memberi layanan sesuai kebutuhan masyarakat			15	108	340	4.63
Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya memeberi kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh pelayanan			9	120	335	4.64
Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya melaksakan janji dengan memberi pelayanan yang baik terhadap semua nasabah			12	100	355	4.67
Total Rata- Rata Variabel						<b>4.63</b>

Sumber: Data Primer

**Lampiran 3. Deskripsi Tanggapan Responden mengenai kepercayaan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya**

Pernyataan	Tanggapan					Rata-Rata
	STS	TS	KS	S	SS	
Saya merasa aman untuk bertransaksi pada Bank BRI			12	132	315	4.59
Bank BRI memberi layanan yang berkualitas			6	144	310	4.6
Para karyawan BRI memiliki rasa hormat yang baik terhadap nasabah			15	104	345	4.64
BRI Makassar Raya telah melaksanakan kewajibannya terhadap nasabah dengan memberikan layanan yang memuaskan			15	120	325	4.6
Total Rata- Rata Variabel						<b>4.61</b>

Sumber: Data Primer

**Lampiran 4. Deskripsi Tanggapan Responden mengenai kepuasan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya**

Pernyataan	Tanggapan					Rata-Rata
	STS	TS	KS	S	SS	
Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya memiliki ruang pelayanan yang bersih dan nyaman			12	124	315	4.51
Mulai dari sekuriti hingga para pegawai BRI Makassar Raya memiliki keramahan yang baik terhadap para nasabah			12	116	335	4.63
Kecepatan pelayanan dari karyawan BRI Makassar Raya sudah tergolong baik			3	140	320	4.63
Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya memiliki citra perusahaan baik di masyarakat			12	116	335	4.63
Total Rata- Rata Variabel						<b>4.60</b>

Sumber: Data Primer

**Lampiran 5. Deskripsi Tanggapan Responden mengenai loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Area Makassar Raya**

Pernyataan	Tanggapan					Rata-Rata
	STS	TS	KS	S	SS	
Saya sering melakukan transaksi melalui Bank BRI			18	100	345	4.63
Saya telah menggunakan beberapa fitur layanan yang ditawarkan BRI Makassar Raya			12	124	325	4.61
Saya merekomendasikan kepada saudara dan kerabat untuk menggunakan layanan dari BRI			12	116	335	4.63
Saya lebih memilih melakukan transaksi pada BRI dibanding bank lainnya			3	140	320	4.63
Total Rata- Rata Variabel						<b>4.62</b>

Sumber: Data Primer

**Lampiran 6. Hasil Olahan Data *Path Coefficient***

Hipotesis	Koefisien	T Statistics ( O/STERR )	T Table	Keterangan
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan	0.329	1.65	0.677	Positif Signifikan
Kualitas Pelayanan -> Loyalitas Nasabah	0.329	2.55	0.677	Positif Signifikan
Komitmen -> Kepuasan	0.271	1.34	0.677	Positif Signifikan
Komitmen -> Loyalitas Nasabah	0.262	1.57	0.677	Positif Signifikan
Kepercayaan -> Kepuasan	0.389	2.50	0.677	Positif Signifikan
Kepercayaan -> Loyalitas Nasabah	0.111	1.13	0.677	Positif Signifikan
Kepuasan -> Loyalitas Nasabah	0.300	2.58	0.677	Positif Signifikan
Kualitas Pelayanan-> Kepuasan-> Loyalitas Nasabah	0.427	6,85	0.677	Positif Signifikan
Komitmen-> Kepuasan-> Loyalitas Nasabah	0.343	1,50	0.677	Positif Signifikan
Kepercayaan-> Kepuasan-> Loyalitas Nasabah	0.227	2.57	0.677	Positif Signifikan

Sumber: Smart PLS dan Sobel Test