

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT.
BANK TABUNGAN NEGARA (BTN) KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG**

1Andy Mulyadinata
Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Saburai
Jalan Imam Bonjol No 468 Langkapura Bandar Lampung
dosenandy@gmail.com

ABSTRACT

Bank represent industrial company of service of because its product only give service activities to society, others also the bank represent service industries which its operational activity buy or sell banking service. In the world of banking specially the bank, owning good reputation or image represent very important factor because good image will give assorted of benefit. Putative bank will push client to use product in this case the service which there have in the bank. Writer limit research only at quality factor of service to Loyalitas of Cutomer PT. Savings Bank State (BTN) of Office Of Branch of Port Float. This Research aim to to know the level of influence of Quality of Service to Loyalitas of Cutomer of at PT. Savings Bank State (BTN) of Office Of Branch of Port Float. Result of solution of influence of Quality of service to loyalitas of client PT. Savings Bank of State Branch Port Float obtained by Variable of service of t count (5446) > t of is tables of (1,75), its meaning is Ho refused and Is ha accepted, its conclusion there are influence of between service to loyalitas of client PT. Savings Bank of State Branch Port Float. Influence Or regresi of between quality of service to loyalitas of client PT. Savings Bank of State Branch Port Float equal to 0,806, while pursuant to value of R Square (R2) of equal to 0,650 that statistically the level of influence of quality of service to loyalitas give contribution of equal to 65%. While other 35% influenced by other; dissimilar factor is which is not checked in this research.

Keyword : Service Quality, Loyalitas Customer.

ABSTRAK

Bank merupakan perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat, selain itu juga bank merupakan industri jasa yang kegiatan operasionalnya membeli atau menjual jasa-jasa perbankan. Dalam dunia perbankan khususnya bank, memiliki citra atau reputasi yang baik merupakan faktor yang sangat penting karena citra yang baik akan memberikan berbagai macam manfaat. Bank yang bereputasi baik akan mendorong nasabah untuk menggunakan produk-produk dalam hal ini jasa yang telah ada di bank tersebut. Penulis membatasi penelitian hanya pada faktor kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Bandar Lampung. Hasil pembahasan pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara Cabang Bandar Lampung diperoleh Variabel pelayanan t hitung (5446) > t tabel (1,75), artinya Ho ditolak dan Ha diterima, kesimpulannya terdapat pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara Cabang Bandar Lampung. Pengaruh atau regresi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara Cabang Bandar Lampung sebesar 0,806, sedangkan berdasarkan nilai R Square (R2) sebesar 0,650 menunjukkan bahwa secara statistik besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas

memberikan kontribusi sebesar 65%. Sedangkan lainnya 35% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian dipengaruhi oleh berbagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi. Salah satu kegiatan ekonomi yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian adalah bidang usaha industri jasa.

Bank merupakan perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat, selain itu juga bank merupakan industri jasa yang kegiatan operasionalnya membeli atau menjual jasa-jasa perbankan.

Dalam dunia perbankan khususnya bank, memiliki citra atau reputasi yang baik merupakan faktor yang sangat penting karena citra yang baik akan memberikan berbagai macam manfaat. Bank yang reputasi baik akan mendorong nasabah untuk menggunakan produk-produk dalam hal ini jasa yang telah ada di bank tersebut. Menarik nasabah baru dan mempertahankannya, mempertinggi kemampuan bersaing, menghambat masuknya pesaing dalam industri, serta mendorong semangat kerja para karyawannya.

Citra adalah total persepsi terhadap objek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. (Nugroho J. Setiadi, 2003 : 179). Citra yang buruk menimbulkan persepsi produk tidak berkualitas, sehingga pelanggan mudah marah untuk setiap kesalahan kecil sekalipun karena kebutuhan dan keinginannya tidak terpenuhi sehingga pelanggan akan merasa tidak puas dan

berpindah ke perusahaan lainnya. Citra yang baik menimbulkan persepsi produk berkualitas, sehingga pelanggan memaafkan suatu kesalahan, meskipun tidak untuk kesalahan selanjutnya dan kebutuhan serta keinginannya terpenuhi sehingga pelanggan pun akan merasa puas dan loyal terhadap perusahaan tersebut.

Salah satu faktor yang tidak kalah penting dan harus diperhatikan dalam hal ini adalah bagaimana suatu bank dapat mengetahui bagaimana citranya terhadap kepuasan nasabahnya, karena citra relative sulit untuk dibentuk dalam jangka pendek dan melibatkan beberapa unsur di dalamnya. Secara umum, nasabah akan mencari dan menggunakan produk atau jasa yang bercitra baik, terlebih untuk produk-produk yang beresiko tinggi. Bank merupakan contoh dari usaha yang banyak dipengaruhi oleh baik buruknya citra yang terbentuk. Bank yang bercitra buruk relatif sulit untuk menjaring nasabah, sedangkan bank yang bercitra baik tentu lebih mudah mendapat dan mempertahankan para nasabahnya, karena para nasabah tersebut merasa puas dikarenakan kebutuhan dan keinginannya terpenuhi.

Pelayanan Nasabah atau yang sering kita dengar sebagai Customer Service Officer berasal dari dua kata yaitu Customer yang berarti pelanggan dan Service yang berarti pelayanan. Pelayanan menurut Kasmir, S.E., M.M., diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Sedangkan Pelayanan Nasabah atau Customer

tersebut secara maksimal misalnya dengan cara menabung di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Bandar Lampung.

Namun yang terjadi pada sebagian masyarakat bahwa citra yang ada pada PT.

Tabel 1. Produk-produk PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Bandar Lampung, antara lain :

No	Jenis Produk	Keterangan
1	Produk Jasa dan Layanan	- ATM Batara - Kiriman uang - Inkaso - <i>Money Changer</i> - Inkaso Luar Negeri - Bank Garansi - Dan lain-lain
2	Produk Kredit	- Kredit Griya Utama - Kredit Griya Multi - Kredit Yasa Griya - Kredit Swa Griya - Kredit Pemilikan Ruko - Kredit Swadana - Dan lain-lain
3	Produk Dana	- Tabungan Batara - Tabanas Batara - Tabungan Haji Nawaitu - Tabungan Batara Prima - Sertifikat Deposit - Giro - Deposito Barjangka

Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Bandar Lampung adalah sebagai bank hanya untuk pembiayaan rumah saja padahal PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Bandar Lampung mempunyai produk-produk dana (lihat tabel 2), sehingga dari semua produk-produk tersebut khususnya pada produk dana belum banyak masyarakat atau calon nasabah potensial yang mengetahui sebagai bank yang dapat dipercaya untuk tempat menabung seperti bank-bank lainnya. Dari berbagai macam produk dana tersebut di atas tentu banyak tantangan yang dihadapi PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Bandar Lampung dalam membangun citra yang baik dan memuaskan nasabahnya sehingga hasil yang diperoleh belum menampakkan hasil

yang menggembarakan hal tersebut tampak pada tabel berikut :

Tabel 2. Volume nasabah khususnya pada produk dana di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Bandar Lampung dari tahun 2008-2012.

No	Tahun	Jumlah
1	2008	107 Orang
2	2009	78 Orang
3	2010	58 Orang
4	2011	57 Orang
5	2012	57 Orang

Sumber : PT. BTN (Persero) Kantor Cabang Bandar Lampung

b = Koefisien variable independen X. (Algifari, 1997 :48),

Untuk menentukan persamaan regresi tersebut dilakukan dengan menggunakan Program komputer Aplikasi Statistik Praktis SPSS (Alhusin Syahri: 2005). Selain itu dilakukan analisis deskriptif kualitatif berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Setelah itu dilakukan pengujian hipotesis, yaitu menguji ada tidaknya korelasi antara variabel independen yakni pelayanan (X) dengan variabel dependen yaitu loyalitas konsumen (Y), maka dilakukan penghitungan dengan komputer Program Statistical Product and Service Solutions (SPSS) release 17.0 for windows. Dasar pengambilan keputusan:

1. Untuk Uji F bisa dilakukan dengan dua cara, yakni dengan melihat tingkat signifikansi dan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Pengujian dengan membandingkan F hitung dan F tabel, Hipotesisnya adalah:
 H0 : tidak terdapat pengaruh X terhadap Y
 H1 : terdapat pengaruh X terhadap Y
 Ketentuan :
 Jika F hitung > F tabel (0,05), maka H0 : ditolak
 Jika F hitung < F tabel (0,05), maka H0 : diterima
2. Untuk Uji t digunakan sebagai alat untuk menguji secara parsial atau sendiri-sendiri adakah pengaruh variabel X terhadap Y.

a. Pengujian X terhadap Y, Hipotesisnya adalah :

Ho : tidak terdapat pengaruh X terhadap Y

Y

Ketentuan :

Jika t hitung > t tabel 0,05 (dk=n-2) , maka H0 : ditolak,

Jika t hitung < t tabel 0,05 (dk n-2), maka H0 : diterima

HASIL PENELITIAN

DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (Pelayanan) terhadap variabel terikat (Loyalitas). Dengan menggunakan program Statistical Product for Service Solution (SPSS) Versi 17.00 dilakukan langkah-langkah perhitungan regresi linier (simple regression) sebagai berikut:

Data yang digunakan adalah data Dependent yang diberi simbol Y = Loyalitas nasabah Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Bandar Lampung sedangkan data Independent adalah Pelayanan yang diberi simbol X

Dari hasil olah data uji multiple regression terdapat beberapa bagian hasil yang perlu dijelaskan, yaitu :

Tabel 1. Descriptive Statistics

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
LOYALTAS	41,94	2,838	18
PLAYANAN	31,22	3,040	18

Analisis:

Variabel Entered Removed fungsinya untuk menunjukkan jumlah variabel yang dimasukkan (entered) dalam analisis yang dikeluarkan (removed) karena sesuatu hal. Pertama-tama semua variabel dimasukkan, kemudian jika terdapat variabel bebas yang kurang layak dimasukkan dalam analisis regresi akan dikeluarkan satu persatu.

Metode Backward dimulai dengan memasukkan semua variabel (lihat model 1 yang mempunyai keterangan enter). Kemudian dilakukan analisis dan variabel yang tidak layak masuk dalam regresi dikeluarkan satu persatu. Tetapi out put di atas semua variabel layak untuk dimasukkan dan tidak ada yang dikeluarkan karena variabel kualitas pelayanan berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas nasabah Bank Tabungan Negara cabang Bandar Lampung.

Tabel 4. Model Summary

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,806 ^a	,650	,628	1,732	,650	29,662	1	16	,000

a. Predictors: (Constant), PLAYANAN

Analisis:

Angka R square adalah 0,650 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi, atau $0,806 \times 0,806 = 0,650$). R square bisa disebut koefisien determinasi, yang dalam hal ini berarti 65,0 % loyalitas nasabah Bank Tabungan Negara cabang Bandar Lampung bisa dijelaskan oleh

variabel pelayanan.. Sedangkan sisanya ($100\% - 65,0\% = 35\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. R square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R square, semakin lemah hubungan kedua variabel.

Table 5. ANOVA^b

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,959	1	88,959	29,662	,000 ^a
	Residual	47,985	16	2,999		
	Total	136,944	17			

a. Predictors: (Constant), PLAYANAN
 b. Dependent Variable: LOYALTAS

Analisis:

Dari uji ANOVA atau F test, didapat F hitung adalah 29,662 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas (0,000) lebih kecil

dari 0,05 maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi loyalitas nasabah Bank Tabungan Negara (BTN) Bandar Lampung.

IV. SIMPULAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis pengaruh pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Cabang Bandar Lampung diperoleh hasil penghitungan uji hipotesis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas nasabah Bank BTN Cabang Bandar Lampung

Dimana Variabel pelayanan t hitung (5446) > t tabel (1,75), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, kesimpulannya terdapat pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Cabang Bandar Lampung.

2. Hubungan atau korelasi antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Cabang Bandar Lampung sebesar 0,806, sedangkan berdasarkan nilai R Square (R^2) sebesar 0,650 menunjukkan bahwa secara statistik besarnya pengaruh pelayanan terhadap loyalitas memberikan kontribusi sebesar 65%. Sedangkan lainnya 35% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Saran yang diberikan kepada Bank BTN Cabang Bandar Lampung sebagai berikut :

1. Diharapkan PT. Bank Tabungan Negara Cabang Bandar Lampung mampu memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada nasabah melebihi apa yang ditawarkan oleh bank pesaing sehingga nasabah akan merasa puas dan akan tetap loyal tidak berpindah ke bank lain.

2. PT. Bank Tabungan Negara Cabang Bandar Lampung dapat menangani keluhan nasabah dengan cepat dan tepat, harus menunjukkan perhatian, keperihatinan dan penyesalan atas kekecewaan nasabah agar nasabah tersebut dapat kembali menjadi nasabah yang puas dan menjadi loyal untuk selalu menggunakan produk atau jasa bank BTN.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Muhidin, Sambas, 2007, Analisis Kerolasi, Regresi, dan Jalur, CV. Pustaka Setia, Jakarta.
- Istijanto, 2005, Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Amstrong, 1997, Prinsip-prinsip Pemasaran, penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, 2000, Manajemen Pemasaran, Edisi Milinium, Jilid 1, penerbit Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Amstrong, 2004, Manajemen Pemasaran, PT. Intan Sejati Klaten, Jakarta.
- Kotler, Swee, Siew, Chin Tiong Tan, 2000, Manajemen Pemasaran, Pearson Education Asia Pte,Ltd.
- Rusman, Teddy, 2006, Aplikasi Statistik penelitian Dengan SPSS.
- Setiadi J. Nugroho, 2003, Perilaku Konsumen, penerbit Prenada Media, Jakarta.
- Simamora, Bilson, 2002, Panduan Riset Perilaku Konsumen, penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sunarto, 2006, Pengaruh Harga dan Minat Konsumen Perumahan Tipe 36 Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Sinar Waluyo di Bandar Lampung.