

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN SIKOCI (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK NAGARI CABANG UJUNG GADING)**

**Pipi Yestika Sari dan Mega Usvita**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yayasan Pendidikan Pasaman (YAPPAS)  
Jln. Pujarahayu, Ophir, 26368. Email : [megausvita@yahoo.com](mailto:megausvita@yahoo.com)

Diterima 01 April 2013

Disetujui 03 Mei 2013

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan di bank Nagari Cabang Ujung Gading. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas nasabah. Populasinya adalah seluruh nasabah tabungan sikoci pada bank Nagari Cabang Ujung Gading. Pemilihan sampel dengan menggunakan metode *Convenience Sampling* dan penentuan ukuran sampel menggunakan pendapat L.R Gay. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan sikoci bank Nagari Cabang Ujung Gading.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, loyalitas

## **PENDAHULUAN**

Suatu organisasi merupakan sistem yang mempunyai keterkaitan satu sama lain, oleh karena itu setiap komponen harus berfungsi sesuai dengan fungsi dan tugasnya masing-masing. Salah satu dari faktor yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi adalah para karyawan yang diharapkan mampu untuk berusaha semaksimal mungkin untuk mengembangkan kemampuannya di setiap pekerjaan yang mereka emban.

Agar suatu perusahaan panjang umur, perlu dicarikan resep untuk mengatasinya. Resepnya adalah terus dilakukan dan ditingkatkan jumlah pelangganya atau nasabah karena dengan meningkatnya nasabah tujuan dapat dicapai.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan karyawan dalam melaksanakan pekerjaan adalah pelayanan terhadap nasabah atau pelanggan. Dengan adanya pelayanan yang bagus, kerjasama antar karyawan dan antara karyawan dengan nasabah akan mudah dicapai, karena dewasa ini di semua sektor, pelayanan tidak pernah tinggal, alasannya manusia sebagai

makhluk sosial saling ketergantungan dan perlu dihargai dan mendapat perhatian untuk dilayani.

Pada saat sekarang dan masa yang akan datang sejalan dengan perkembangan yang terjadi, tingkat pendidikan masyarakat meningkat, jalan pikiran menjadi lebih modern diikuti dengan kesadaran akan pentingnya kualitas pelayanan. Terdapat lima determinan atas kualitas pelayanan yang ada (Alma, 2003), yaitu meliputi bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*emphaty*), variabel tersebut diatas sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan dan berdampak dalam usaha menciptakan loyalitas konsumen. Karena dari pelayanan inilah sebuah usaha yang dikelola dapat berjalan dengan lancar dan bisa berkembang dengan apa yang diinginkan, apalagi untuk membuat sebuah perencanaan dan melaksanakan sebuah perencanaan agar dapat berjalan dengan lancar pelayanan itulah dasarnya.

Semua peningkatan pelanggan merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pelayanan yang paling optimal karena dengan pelayanan yang optimal dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan ini akan menjadi promosi gratis dari pelanggan yang sudah merasakan kemudian disebarkan ke calon pelanggan lainnya.

Kenyataannya, pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, disamping akan mampu mempertahankan pelanggan yang ada untuk terus loyal dengan jasa yang ditawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon pelanggan baru untuk mencobanya.

Kualitas pelayanan *customer Service* salah satu icon untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan, karena jasa yang diberikan seorang *customer service* sangatlah menjadi denyut nadi perusahaan tempat ia bekerja, karena *customer service* banyak sekali berjumpa dengan orang banyak dan langsung berkomunikasi dengan orang-orang yang datang ke perusahaan, terlebih bank yang sangat banyak kita jumpai *customer service* untuk menerangkan jasa yang ditawarkan sebuah bank. Banyak sekali peranan seorang *customer service* untuk memajukan bank agar lebih berkembang lagi, jasa mereka sangatlah patut diacungkan jempol karena secara tidak langsung dengan mereka berkomunikasi dengan baik, maka akan banyak pelanggan yang senang dan akan kembali lagi ke bank itu untuk mendapatkan pelayanan yang baik dan kenyamanan yang diinginkan.

Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga mampu meningkatkan *image* perusahaan sehingga citra perusahaan di mata pelanggannya terus meningkat pula. Dengan memiliki citra yang baik, segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula, sehingga nasabah atau pelanggan menjadi terpuaskan atas pelayanan yang diberikan dan dapat secara kontiniu menjadi mitra bagi perusahaan. Dan tentunya hal ini merupakan nilai positif bagi perusahaan

PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan yang cukup lama sejak tahun 1962 menjalankan kegiatan operasional dalam melayani kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan.

Saat ini PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat telah memiliki kemajuan pesat dibuktikan telah berdirinya banyak cabang yang berdiri di berbagai kota di Indonesia termasuk Bank Nagari cabang Ujung Gading. Tentunya ini didukung oleh visi dan misi yang jelas serta sumber daya manusia yang bagus dalam melayani kebutuhan masyarakat akan perbankan.

Tabungan sikoci merupakan salah satu produk dari Bank Nagari dan tiap tahun mengalami peningkatan untuk nasabahnya, tabungan ini juga produk unggulan yang dimiliki Bank Nagari. Dari data Bank Nagari tabungan sikoci banyak sekali digemari oleh nasabah yang dibuktikan dengan data jumlah nasabah dari Bank Nagari yang penulis peroleh sebagai berikut :

**Tabel. 1**  
**Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Sikoci Bank Nagari Cabang Ujung Gading Tahun 2007-2011 (nasabah)**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2007	6.010
2.	2008	5.011
3.	2009	10.196
4.	2010	12.642
5.	2011	11.151

Dari keterangan tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2011 jumlah nasabah tabungan sikoci Bank Nagari Cabang Ujung Gading selalu mengalami peningkatan dan penurunan yang begitu pesat

tiap tahunnya. Kita mengharapkan jumlah nasabah Sikoci mengalami peningkatan tiap tahunnya dan tidak ada lagi penurunan angka jumlah nasabah. Dengan meningkatnya jumlah nasabah tabungan sikoci Bank Nagari Cabang

Ujung Gading tentunya diharapkan peningkatan jumlah nasabah diiringi dengan peningkatan kualitas pelayanan khususnya *customer service* agar kedepannya peningkatan nasabah ini dapat berjalan secara *continue* dan dapat bersaing dengan perusahaan perbankan lainnya serta dapat menanamkan rasa kepercayaan nasabah kepada Bank Nagari tersebut tidak hanya terhadap produk tabungan sikoci akan tetapi terhadap produk – produk Bank Nagari lainnya.

Mengingat akan pentingnya kualitas pelayanan *customer service* yang optimal dalam melayani kebutuhan dan menggaet nasabah maka penulis merasa tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang penulis beri judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Sikoci (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Nagari Cabang Ujung Gading)**”.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap loyalitas nasabah tabungan sikoci di Bank Nagari cabang Ujung Gading ?

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas nasabah.

## BAHAN DAN METODE

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan corak penelitian lapangan (*Field research*) yang bersifat kuantitatif.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memakai jasa pada Bank Nagari Cabang Ujung Gading , yang mempunyai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono:2004:115).

Untuk jumlah populasi yang belum diketahui jumlah identitas anggotanya maka L.R gay dalam Sumanto (1995:47) memberikan ketentuan yaitu untuk penelitian jumlah sampel minimal 30 orang subyek. Merujuk pendapat tersebut maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang, hal ini juga mempertimbangkan waktu penelitian. Metode penarikan sampel menggunakan Sampel Non Probabilitas (*Non Probability Sampling*). Dengan menggunakan teknik *convenience sampling*, yaitu teknik sampling di mana penelitian memiliki kebebasan untuk memilih nasabah yang akan menjadi responden.

### Definisi Operasional Variabel

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber	Skala Likert Pertanyaan
<b>Kualitas Pelayanan (X)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bukti langsung</li> <li>• Keandalan</li> <li>• Daya tanggap</li> <li>• Jaminan</li> <li>• Empati</li> </ul>	Menurut Freddy Rangkuty. (2002:18). <i>Measuring Customer Satisfaction</i> . PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.	5. Sangat Setuju (SS) 4. Setuju (S) 3. Netral (N) 2. Tidak Setuju (TS) 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
<b>Loyalitas Nasabah (Y)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepribadian yang loyal</li> <li>• Sikap yang loyal</li> <li>• Kesadaran yang loyal</li> </ul>	Menurut Sudhar Dan Selvan (2006). <i>Service Loyalty Measurement Scale : A Reliability assessment</i> , India : Karunya Deemed University Coimbatore. <i>American Journal Of Applied Science</i> 3 (4) : 1814-1818.	5. Sangat Setuju (SS) 4. Setuju (S) 3. Netral (N) 2. Tidak Setuju (TS) 1. Sangat Tidak Setuju (STS)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Karakteristik Responden**

- a. Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel. 3 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Percent (%)
<b>Pria</b>	40	40
<b>Wanita</b>	60	60
<b>Total</b>	100	100

*Sumber : Data Diolah Sendiri*

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden wanita memiliki persentase terbesar, yaitu 60 orang atau

60 % sedangkan responden laki-laki memiliki persentase terendah, yaitu 40 orang atau 40%.

- b. Berdasarkan Pendidikan.

**Tabel 4. Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Responden**

Pendidikan Responden	Frequency	Percent (%)
<b>SD</b>	15	15,0
<b>SLTP</b>	5	5,0
<b>SLTA</b>	40	40,0
<b>D3</b>	20	20,0
<b>S1</b>	20	20,0

*Sumber : Data Diolah Sendiri*

Berdasarkan tabel diatas, responden berdasarkan tingkat pendidikan SLTA memiliki persentase terbesar, yaitu 40 atau 40 % kemudian diikuti dengan responden dengan tingkat pendidikan S1 dan D3 memiliki persentase yang sama yaitu 20 atau 20

% kemudian responden dengan dengan tingkat pendidikan SD berjumlah 15 atau 15 % , sedangkan responden dengan tingkat pendidikan SLTP merupakan responden terkecil, yaitu 5 atau 5 %.

- c. Berdasarkan Usia

**Tabel 5. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia Responden**

Usia Responden	Frequency	Percent (%)
<b>20 – 30 Tahun</b>	22	22,0
<b>31 – 40 Tahun</b>	32	32,0
<b>41 – 50 Tahun</b>	30	30,0
<b>&gt;50 Tahun</b>	16	16,0
<b>Total</b>	100	100,0

*Sumber : Data Diolah Sendiri*

Berdasarkan tabel diatas, responden dengan usia 31 s/d 40 tahun memiliki persentase terbesar, yaitu 32 atau 32 % kemudian diikuti dengan responden usia 41 s/d 50 tahun memiliki persentase berjumlah 30 atau

30 % kemudian responden dengan usia 20 s/d 30 tahun memiliki persentase 22 atau 22 %, sedangkan responden dengan usia >50 tahun merupakan responden terkecil, yaitu 16 atau 16 %.

d. Berdasarkan Status

**Tabel 6. Frekuensi Responden Berdasarkan Status Responden**

Status Responden	Frequency	Percent (%)
Belum Menikah	45	45,0
Sudah Menikah	55	55,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Diolah Sendiri*

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden status, sudah kawin memiliki persentase terbesar, yaitu 55

orang atau 55 % dan sisanya adalah responden dengan status belum kawin yaitu sebanyak 45 atau 45 %.

e. Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 7. Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden**

Pekerjaan Responden	Frequency	Percent (%)
Pelajar	7	7,0
Dosen/pengajar	15	15,0
PNS	47	47,0
Swasta	31	31,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Diolah Sendiri*

Berdasarkan tabel diatas, responden dengan jenis pekerjaan sebagai PNS memiliki persentase terbesar, yaitu 47 atau 47 % kemudian responden dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta memiliki persentase sebanyak 31 atau 31 %, selanjutnya responden dengan jenis pekerjaan sebagai dosen/pengajar memiliki persentase sebanyak 15 atau 15 %, sedangkan responden yang jenis pekerjaannya sebagai pelajar

merupakan responden terkecil, yaitu 7 atau 7 %.

#### Analisis Regresi Sederhana

#### Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan analisa regresi sederhana dapat dijabarkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank Nagari cabang Ujung Gading. Seperti yang terlihat pada tabel 8 berikut ini :

**Tabel 8. Hasil Pengolahan Data SPSS Antara Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Nagari Cabang Ujung Gading**

	A	B	R	R <sup>2</sup>	thitung	Sign	Ttabel	Sign
Nilai	3.304	0.428	0.852	0.726	16.102	0.000	1,980	0.05

*Sumber : Data diolah sendiri*

Dari data diatas dapat diformulasikan kedalam bentuk persamaan regresi sederhana di bawah ini :

$$Y = a + bX$$

Sehingga diperoleh persamaan regresi linear sederhana untuk loyalitas nasabah adalah sebagai berikut :

$$Y = 3.304 + 0.428X$$

Dari persamaan regresi linear sederhana diatas, dapat diasumsikan bahwa besarnya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Nagari cabang Ujung Gading adalah sebesar 0.428. ini berarti bahwa jika nilai variabel dari kualitas pelayanan dinaikan sebesar satu satuan maka nilai dari variabel loyalitas nasabah (Y) akan mengalami perubahan sebesar 0.428 satuan.

Namun jika nilai variabel kualitas pelayanan diasumsikan bernilai 0 (nol) atau tidak mengalami perubahan atau tetap, maka loyalitas nasabah bank Nagari cabang Ujung Gading bernilai sebesar konstanta ( a ) yaitu sebesar 3.304. hal ini berarti bahwa loyalitas nasabah Bank Nagari cabang Ujung Gading sudah memiliki nilai yang baik. Sehingga faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan akan dapat lebih meningkatkan nilai dari loyalitas nasabah Bank Nagari yang sudah ada.

Sementara itu, jika dilihat dari bentuk hubungan ( r ) yang terjadi antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0.852. hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel kualitas pelayan terhadap loyalitas nasabah memiliki hubungan pada level sangat kuat, karena terletak pada nilai korelasi 0,80 sd 1,000 pada tabel 4.10.

Sementara besarnya pengaruh ( $R^2$ ) antara variabel kualitas pelayanan (independen) terhadap loyalitas nasabah (dependen) adalah sebesar 0.726. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel loyalitas ( dependen ) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (independen) sebesar 72.6 % dan sisanya sebesar 27.4 % dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang penulis tidak teliti.

Sedangkan nilai t hitung dalam penelitian ini adalah sebesar 16.102 dengan tingkat

signifikan sebesar 0.000 dan ttabel pada penelitian ini adalah sebesar 1.980 dengan tingkat signifikan sebesar 0.05 maka terlihat pada hasil penelitian ini dimana thitung lebih besar daripada ttabel atau  $16.102 > 1.980$  dan tingkat signifikannya  $0.000 < 0.05$ . sehingga dapat disimpulkan menerima hipotesa awal ( $H_a$ ) yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (independen) terhadap loyalitas nasabah (dependen).

## PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya apabila kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah meningkat maka akan semakin meningkat loyalitas nasabah. Hal ini berarti kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan nasabah dalam meningkatkan loyalitas menabung pada Bank Nagari Cabang Ujung Gading.

Terjadinya pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan sikoci Bank Nagari Cabang Ujung Gading disebabkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah cukup layak dan memiliki kesan yang baik yang dirasakan oleh nasabah.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis regresi sederhana antara variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan sikoci bank Nagari Cabang Ujung Gading.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Bank Nagari Cabang Ujung Gading atas kesempatan penelitiannya dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Pasaman serta semua pihak yang membantu dalam penyelesaian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori. 2003. *Pemasaran Stratejik Jasa*. Cetakan Pertama. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Rangkuty. Freddy (2002:18). *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sumanto, 1995. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan Aplikasi Metode Kuantitatif dan Statistik dalam Penelitian*. Andi Offset: Yogyakarta
- Sudhar.J Clement, Duraipandian Israel, A Prabhu Britto and M. Selvan. 2006. *Service Loyalty Measuremnt Scale : A Relibiality assessment, India : Karunya Deemed University Coimbatore*. American Jaurnal Of Applied Science 3 (4) : 1814 – 1818.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh. Bandung. Alfabeta