

**NASKAH PUBLIKASI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA  
CABANG SURAKARTA**



Oleh :

**GALUH SANCAYA ADI**  
**B 100100058**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2014**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A.Yani Tromol Pos I – Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417 Fax : 615448 Surakarta 57102

---

**Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah**

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi:

Pembimbing Utama: Rini Kuswati, SE., M.Si

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah yang merupakan ringkasan skripsi akhir dari mahasiswa:

Nama : Galuh Sancaya Adi  
NIM : B 100 100 058  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
Jenis : Skripsi  
Judul : PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG SURAKARTA

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan ini dibuat, semoga dapat digunakan seperlunya.

Mengetahui

Pembimbing Utama

Rini Kuswati, SE., M.Si.

## ABSTRAK

Persaingan di bisnis perbankan dewasa ini semakin meningkat. Hal ini mendorong bank syariah dituntut untuk memiliki kinerja yang bagus agar dapat bersaing. Perbankan syariah harus menerapkan manajemen operasi yang mampu meningkatkan kompetensinya, kualitas pelayanan unggul dalam lingkup jasa perbankan agar nasabah yang sudah ada dapat dipertahankan atau menjadi nasabah yang loyal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yang penarikan kesimpulannya didasarkan pada angka-angka yang diolah secara statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di PT. Bank Muallamat Indonesia Cabang Surakarta. Sampel diambil sebanyak 100 orang nasabah PT. Bank Muallamat Indonesia Cabang Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* (sampel yang memiliki kriteria tertentu). Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner (angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi. Sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada taraf signifikansi 5%. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan bank, maka semakin tinggi loyalitas nasabah; 2) Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada taraf signifikansi 5%. Semakin tinggi kepuasan nasabah, maka semakin tinggi loyalitas nasabah; 3) Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah; 4) Kualitas pelayanan merupakan variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap loyalitas nasabah dibandingkan dengan variabel kepuasan nasabah.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah

## **A. PENDAHULUAN**

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan perantara keuangan dari pihak-pihak yang kelebihan dana kepada pihak-pihak lain yang membutuhkan berdasarkan prinsip-prinsip ajaran agama Islam, di antara prinsip-prinsip tersebut yang paling utama adalah tidak diperkenalkannya perbankan untuk meminta atau memberikan bunga kepada nasabahnya (Utami, 2003: 2). Semakin ketatnya persaingan antar bank syariah maupun dengan bank konvensional, membuat bank syariah dituntut untuk memiliki kinerja yang bagus agar dapat bersaing. Hal ini mendorong bank syariah dituntut untuk memiliki kinerja yang bagus agar dapat bersaing. Perbankan syariah harus menerapkan manajemen operasi yang mampu meningkatkan kompetensinya, kualitas pelayanan unggul dalam lingkup jasa perbankan agar nasabah yang sudah ada dapat dipertahankan atau menjadi nasabah yang loyal.

Menurut Oliver (2009: 99), loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen yang dipegang secara kuat untuk membeli kembali atau menggunakan produk atau layanan yang disukai dimasa mendatang meskipun ada pengaruh situasional dan upaya-upaya pemasaran yang memiliki potensi dapat mengubah perilaku. Hal tersebut menganggap bahwa agar para pembeli bersikap loyal, perusahaan harus menjalin hubungan dengan cara membangun keintiman dengan para pelanggan.

Perbankan pada umumnya menginginkan agar nasabah yang sudah ada dapat dipertahankan selamanya, menjadi nasabah yang loyal. Hal tersebut bukanlah merupakan hal yang mudah, mengingat beberapa hal dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan seperti selera maupun aspek

psikologis sosial dan kultur nasabah. Salah satu bank syariah yang sudah lama eksis adalah PT. Bank Muamalat Indonesia, berdiri sejak tahun 1992. Dalam operasinya PT. Bank Muamalat Indonesia (selanjutnya disingkat BMI) memiliki beberapa produk perbankan yang biasanya juga dipakai oleh perbankan syariah lainnya, diantaranya adalah produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana, produk jasa perbankan. Bank Muamalat Indonesia (BMI) harus menerapkan suatu manajemen operasi yang mampu meningkatkan kompetensinya, khususnya kemampuan dalam menyediakan kualitas pelayanan unggul dalam lingkup jasa perbankan.

Upaya untuk mendapatkan loyalitas dari nasabah, BMI sebaiknya memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Faktor *pertama* yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2012: 59). Sedangkan menurut Wycot dalam Tjiptono (2012: 59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan

Faktor *kedua* yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan nasabah. Kotler (2001: 46) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat yang dirasakan pelanggan sebagai hasil perbandingan antara kinerja aktual (*perceived performance*) dengan harapan pelanggan (*person's expectation*). Produk jasa yang bisa memuaskan adalah yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG SURAKARTA”.

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Bank Mualamat Indonesia Cabang Surakarta?;
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Bank Mualamat Indonesia Cabang Surakarta?;
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Bank Mualamat Indonesia Cabang Surakarta?;
4. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Bank Mualamat Indonesia Cabang Surakarta?.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survey yang bermaksud melakukan pengujian hipotesis dengan analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di PT. Bank Mualamat Indonesia Cabang Surakarta. Sampel diambil sebanyak 100 orang nasabah PT. Bank Mualamat Indonesia Cabang Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* (sampel yang memiliki kriteria tertentu).

Data diperoleh dari data primer yaitu data yang langsung diperoleh oleh responden dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada responden. Teknik Analisis Data menggunakan: 1) Uji Instrumen, dilakukan uji validitas dan reliabilitas; 2) Uji asumsi klasik, dilakukan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas; dan Uji hipotesis. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel dependen dengan variabel-variabel independennya.

### C. HASIL PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan terhadap 100 nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Solo. Berdasarkan hasil analisis regresi ganda dengan program *SPSS versi 15.0* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

	Koefisien	$t_{hitung}$	Signifikansi
Konstanta	-18,810		
Kualitas pelayanan	0,353	7,971	0,000
Kepuasan nasabah	0,253	5,766	0,000
R	0,719		
R <sup>2</sup>	0,516		
F Statistik	51,803		0,000

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka model persamaan regresi linier berganda yang dapat disusun adalah sebagai berikut:

$$Y = -18,810 + 0,353.X_1 + 0,253.X_2$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah Konstanta (a) = -18,810, artinya jika kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dianggap tidak ada, maka loyalitas nasabah cenderung menurun. Koefisien (b<sub>1</sub>) = 0,353, artinya jika variabel

kualitas pelayanan meningkat, maka loyalitas nasabah juga akan semakin meningkat. Koefisien ( $b_2$ ) = 0,253, artinya jika variabel kepuasan nasabah meningkat, maka loyalitas nasabah juga akan semakin meningkat.

1. Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara individu mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan hipotesis dinyatakan diterima. Hasil uji t memperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,971 > 1,980$ ) pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan bank, maka semakin tinggi loyalitas nasabah. Sebaliknya semakin tidak baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin rendah loyalitas nasabah. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gardenia (2012) yang membuktikan bahwa mutu pelayanan dapat menciptakan nasabah yang loyal terhadap perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Oleh karena itu jika kualitas layanan yang baik dan kepuasan dari harapan keduanya terpenuhi, maka akan tercipta loyalitas nasabah.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Riset konsumen



dibutuhkan untuk mengungkapkan reaksi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dengan tingkat kepuasan yang berkaitan dengan pelayanan tersebut sangat relevan dan dibutuhkan oleh perusahaan yang berorientasi pada konsumen.

2. Pengaruh kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji t memperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,766 > 1,980$ ) pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan nasabah, maka semakin tinggi loyalitas nasabah. Sebaliknya semakin rendah kepuasan nasabah, maka semakin rendah loyalitas nasabah. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Huda dan Wahyuni (2011) yang membuktikan bahwa kepuasan akan membentuk loyalitas nasabah.

Konsumen yang loyal kepada perusahaan maka perusahaan dapat mempertahankan konsumennya tidak beralih ke perusahaan lainnya. Konsumen yang loyal akan menceritakan mengenai pelayanan perusahaan yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif. Orientasi pada kepuasan konsumen harus diimbangi dengan perbaikan mutu pelayanan karyawannya dan meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki.

Persepsi terhadap pelayanan yang memuaskan akan dapat dicapai apabila karyawan mengetahui cara-cara yang efektif dalam berinteraksi dengan nasabah. Melalui pelayanan yang berkualitas nasabah dapat terpenuhi

kebutuhannya, nasabah merasa dihargai, mendapatkan pelayanan yang baik, merasa dipercaya sebagai mitra bisnis serta merasa menemukan perusahaan yang professional. Evaluasi nasabah pada tingkatan ini akan menimbulkan rasa puas.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini terbukti dari hasil uji F yang memperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51,803 > 3,07$ ) pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, maka semakin tinggi loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil uji F dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama telah terbukti kebenarannya dan dapat diterima. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Huda dan Wahyuni (2011) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah akan menciptakan loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung hipotesis bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa bank, maka kualitas pelayanan haruslah diutamakan, dimana hal itu dapat menjadi sebuah keunggulan dalam rangka memenuhi keinginan dan kepuasan nasabah. Jadi untuk memenuhi kualitas pelayanan seperti yang diharapkan nasabah, pihak bank harus memberikan pelayanan yang prima.

4. Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang dominan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang dominan terhadap loyalitas nasabah telah terbukti kebenarannya. Para nasabah bank Muamalat merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka sangat dimungkinkan mereka akan kembali ke bank di lain waktu.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, maka kualitas layanan haruslah diutamakan. Kualitas layanan itu sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Jadi untuk memenuhi kualitas layanan seperti yang diharapkan nasabah, pihak swalayan harus memberikan pelayanan yang prima dan unggul. Kualitas layanan yang baik dan efektif akan meningkatkan kepuasan dan selanjutnya menumbuhkan loyalitas konsumen (Tjiptono, 2005: 145). Dengan demikian kualitas layanan harus benar-benar dikelola secara profesional. Pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

#### **D. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini terbukti dari hasil uji t yang memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,971 diterima pada taraf signifikansi 5%.
2. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini terbukti dari hasil uji t yang memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,766 diterima pada taraf signifikansi 5%.
3. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini terbukti dari hasil uji F yang memperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 51,803 diterima pada taraf signifikansi 5%.
4. Kualitas pelayanan merupakan variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap loyalitas nasabah dibandingkan dengan variabel kepuasan nasabah. Hal ini terbukti dari hasil analisis yang mendapatkan  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan lebih besar dari  $t_{hitung}$  variabel kepuasan nasabah ( $7,971 > 5,766$ ). Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah akan lebih mudah tercipta bila kualitas pelayanan yang diberikan lebih meningkat.
5. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Yu dan Dean (2001), Sasongko (2002), dan Zubaidah (2002) yang membuktikan bahwa kualitas sumber daya manusia dan mutu pelayanan mampu menciptakan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

## **E. Saran**

Saran-saran yang dapat diberikan adalah:

## 1. Saran Bagi Bank

- a. Sebaiknya pihak bank lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga masyarakat akan memberikan kesan yang baik terhadap bank. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan fasilitas yang lebih lengkap, keramahan tenaga kasir, dan menugaskan customer service untuk menangani keluhan nasabah.
  - b. Sebaiknya pihak bank meningkatkan kenyamanan nasabah dalam berbelanja, sehingga nasabah akan merasa puas. Selain itu jika tidak puas nasabah dapat memberikan kritik dan saran.
  - c. Untuk membentuk loyalitas nasabah yang tinggi, pihak bank hendaknya lebih mengedepankan peningkatan kualitas pelayanan terlebih dahulu dan memuaskan nasabah dengan pelayanan yang maksimal.
2. Bagi penelitian berikutnya hendaknya menambah variabel lain karena pada dasarnya masih banyak faktor-faktor lain yang diperkirakan lebih erat hubungannya dengan loyalitas nasabah, seperti pengaruh merek, lingkungan pergaulan, dan sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swastha. 2007, *Azas-azas Marketing*. Jilid I. Yogyakarta: Liberty.
- Ghozali, Imam. 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Semarang: Undip.
- Kotler, Phillip, 2001, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Buku Satu, Salemba Empat Prentice Hall, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta. Salemba Empat.
- Singgih Santoso, 2001, *SPSS Versi 10 Mengolah Data Statistik secara Profesional*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Stanton, J. William. 2003. *Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, diterjemahkan oleh Y. Lamarto, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2005, *Metodologi Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto, 1997, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Supranto, J, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset