

**ANALISIS DAMPAK KINERJA PELAYANAN, CITRA
DAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BRI CABANG SURAKARTA**



SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun oleh :

ROCKY KURNIAWAN PRANOTO
NIM B100060161

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Selama ini konsep dan pengukuran kualitas jasa/pelayanan telah berkembang dengan pesat. Salah satu kontributor yang sering dipakai dalam mengembangkan pengukuran kualitas jasa/pelayanan adalah alat ukur kualitas layanan yaitu SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988).

Dalam hal ini, ukuran layanan yang berdasarkan kinerja akan lebih merefleksikan kualitas jasa/ pelayanan. SERVPERF (*Service Performance*) dikembangkan oleh Cronin dan Taylor pada tahun 1992 dan 1994. Skala ini menyatakan bahwa ukuran kualitas jasa/pelayanan adalah kinerja dari jasa/ pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan konsumen hanya akan dapat menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan. Penulis ini menyatakan bahwa ukuran yang berdasarkan kinerja (SERVPERF) akan lebih merefleksikan kualitas jasa/pelayanan karena pengukuran terhadap kualitas pelayanan dalam SERVQUAL yang diajukan oleh parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985,1988) telah membentuk paradigma yang lemah dimana harapan konsumen terhadap kualitas jasa mengacu kepada harapan konsumen terhadap penyedia jasa secara umum, sedangkan persepsi terhadap kinerja jasa mengarah kepada perluasan jasa yang dituju/spesifik. Hal ini diperkuat dengan pernyataan

Alford dan Sherrell (1996), bahwa *service performance* akan menjadi prediktor yang baik bagi kualitas jasa/pelayanan.

Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas nasabah (Dick dan Basu,1994 dalam Dharmayanti Diah, 2006 : 35-43). Taylor dan Baker (1994) dalam Dharmayanti Diah (2006 : 35-43) memperbaiki hubungan antara *service performance*, kepuasan nasabah, dan intensi pembelian konsumen yang tercermin melalui loyalitas. Hasil penelitiannya mengajukan teori bahwa kepuasan nasabah adalah tepat dijelaskan sebagai variabel moderator dalam hubungan ini. Sehingga dalam peta pelayanan perbankan yang baru, posisi *service performance* diyakini semakin kuat menciptakan loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan nasabah menjadi faktor yang dapat mempengaruhi serta memperkuat pengaruh *service performance* terhadap loyalitas nasabah (Josee Bloemer, Kode Ruyter, dan Pascal Peeters, 1998). Melalui studi empiris yang dilakukannya untuk menginvestigasi hubungan ke-3 variabel tersebut, ditegaskan bahwa kepuasan nasabah saat ini lebih tepat sebagai *moderating variable*, dimana pengaruh *service performance* pada loyalitas dan pengaruh citra pada loyalitas, dapat diperkuat dengan kehadiran kepuasan nasabah sebagai *moderating variable* daripada sebagai *intervening variable* (Josee Bloemer, Kode Ruyter, dan Pascal Peeters, 1998)

Citra produk yang baik dapat dibangun melalui pelayanan yang baik pula dari produsen sehingga akan menjadikan pelanggan enggan untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan dari produsen lain. Nasution (2004:114) dalam Wulansari Eka, 2007 menyatakan apabila citra produk yang disampaikan oleh

pelanggan berkaitan dengan pembelian barang atau jasa yang dibeli, maka pelanggan biasanya melakukan tindakan-tindakan *voice action* (mengkritik) atau *public action* (melakukan tindakan).

Kotler et al (2002) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama: pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi. Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan dengan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasi institusi menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima: institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan social dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam: pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi sarai kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang Analisis Kinerja Pelayanan, Citra dan Kepuasan Sebagai Moderating Variabel Terhadap Loyalitas Nasabah yang berobyek di BRI Cabang Surakarta.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kinerja pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI cabang Surakarta?
2. Apakah kinerja pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Surakarta dimoderasi oleh citra BRI cabang Surakarta?
3. Apakah kinerja pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Surakarta dimoderasi oleh citra dan kepuasan nasabah?
4. Diantara variabel kinerja pelayanan dan citra, manakah yang berpengaruh lebih dominan terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRI cabang Surakarta.
2. Menganalisis pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Surakarta yang di dimoderasi oleh citra BRI Cabang Surakarta.
3. Menganalisis pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Surakarta yang dimoderasi oleh citra dan kepuasan nasabah.
4. Menganalisis diantara variabel kinerja pelayanan dan citra, yang berpengaruh lebih dominan terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

1. Bagi BRI cabang Surakarta

Dapat dijadikan sumber informasi bagi pihak bank dalam usaha meningkatkan kinerja pelayanan/service performance, dan citra yang dimoderasi oleh kepuasan sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah BRI cabang Surakarta, yang nantinya dapat menambah nasabah baru.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai sarana mempraktekan teori-teori yang didapat selama perkuliahan dan menambah ilmu serta wawasan tentang jasa-jasa yang berkaitan dengan perbankan.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika skripsi bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai isi skripsi ini memudahkan jalan pikiran dalam memahami secara keseluruhan isi skripsi. Adapun sistematika penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal skripsi

Bagian awal skripsi meliputi halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman motto dan persembahan, halaman abstraksi, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar gambar, halaman daftar table, halaman lampiran.

2. Bagian isi

Bagian isi disebut sebagai bagian utama dari suatu skripsi yang meliputi:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: Landasan teori

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai pengertian tentang kinerja pelayanan, pengertian citra, pengertian kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, selain itu juga terdiri dari tinjauan peneliti terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis.

BAB III: Metodologi penelitian

Bab ini menguraikan tentang populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, jenis metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV: Hasil dan pembahasan penelitian

Bab ini berisi tentang profil obyek penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembuktian hipotesis, dan jawaban atas pertanyaan dalam perumusan masalah.

BAB V: Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian.

3. Bagian akhir dari skripsi

Terdiri dari daftar pustaka dan lampiran.