Jurnal Strategi Bisnis (JSB)

P-ISSN 2338-9575| E-ISSN 3025-4523
Vol. 12 No. 1 ,2024
DOI:
Publisher: Departement of Bussiness Administration, Faculty of Social and Political Science, University of Jember
Available online: https://jurnal.unej.ac.id/index.php/jsb

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank BCA)

Elvina Grace Viola [1] @, Edy Wahyudi [2], Hari Karyadi [3], Andrias Dwimahendrawan [4] @

[1,2,3] Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember
[4] Sekolah tinggi ilmu administrasi Jember

Abstract

The development of digital technology makes all transactions in the world of services easier, one of which is banking services. The services provided are now leading to the era of digital banking services When a customer is satisfied with the service provided by a company, it is likely that he will become a loyal customer who is loyal to the company without turning to competitors. This research aims to determine the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty among BCA Bank. This research approach uses quantitative methods. The sampling technique uses a non-probability sampling technique, an accidental sampling approach. The data analysis method used in this research is multiple linear analysis. The research results show that service quality (X1) has a positive and significant effect on customer loyalty. Customer Satisfaction (X2) has a positive and significant effect on customer loyalty. Service quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

Abstrak

Perkembangan teknologi digital semakin memudahkan segala transaksi dalam dunia jasa, salah satunya adalah layanan perbankan. Pelayanan yang diberikan kini sudah mengarah ke era layanan perbankan digital. Ketika seorang nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan suatu perusahaan, maka besar kemungkinan ia akan menjadi nasabah setia yang loyal terhadap perusahaan tersebut tanpa beralih ke pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BCA. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling, pendekatan sampling aksidental. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

@ elvinagracev@gmail.com
@ andrias@stiapembangunanjember.ac.id

pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan era modern tentunya tidak akan terlepas dari teknologi Perkembangan ini erat kaitannya dengan society 5.0 yang menggunakan teknologi modern dengan mengandalkan manusia sebagai komponen utamanya. Perkembangan teknologi digital mempermudah segala transaksi dalam dunia jasa salah satunya jasa perbankan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong digitalisasi perbankan dengan mengeluarkan Peraturan OJK No.12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Peraturan ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan perbankan untuk dapat tetap bersaing di era modern saat ini yaitu dengan menjaga loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal pada suatu perusahaan, akan memilih menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan secara berulang – ulang dan tidak terpengaruh oleh strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan lain. Perusahaan akan memperoleh manfaat dari adanya loyalitas pelanggan karena pelanggan yang loyal akan secara sukarela membicarakan hal positif mengenai produk atau jasa suatu perusahaan dan merekomendasikannya pada orang lain.

Salah satu faktor yang dapat mendorong loyalitas pelanggan adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpotensi menjadi alat yang efektif yang dapat digunakan untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan bertahan dalam lingkungan persaingan yang terus meningkat saat ini (Djazilan, 2021), selain kepuasan pelanggan, faktor yang dapat mendorong loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Perubahan dalam pemasaran di industri teknologi perbankan membuat PT Bank Central Asia Tbk (BCA) senantiasa turut berupaya mendorong loyalitas pelanggan dengan berbagai strategi salah satunya dengan menciptakan kepuasan pelanggan dan memberikan kualitas pelayanan yang baik yang terbukti dengan menjadi Rank Best Bank in Indonesia menurut Forbes Global tahun 2022.

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan yang berbasis digital, perusahaan berinovasi dengan menciptakan CS (Customer Service) digital serta E-Service. Kedua mesin ini digunakan untuk membentuk pelayanan mandiri atau self-service sesuai dengan society 5.0, sehingga nasabah dapat melakukan aktivitas perbankan dengan menggunakan teknologi yang bersahabat serta nyaman yang bertujuan mempermudah pengaplikasiannya. Berdasarkan hasil diskusi penelitian terdahulu Zulyanatunnisa (2023), dapat diketahui bahwa kualitas layanan dapat tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah karena bukan hanya kualitas nasabah yang akan menjadi tolak ukur untuk mendapatkan loyalitas nasabah, tetapi masih ada faktor lain. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank BCA)".

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Karakteristik masalah yang diteliti dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai explanatory research. Lokasi penelitian ini bertempat di Bank BCA KCP Trunojoyo Jember yang berlamat di Jl. Trunojoyo 145, Jember Kidul, Kec. Kaliwates, Kab. Jember. Jumlah populasi nasabah yang melakukan transaksi tidak di ketahui. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Responden berusia minimal 17 tahun yang memiliki KTP karena penggunaan mesin tersebut memerlukan KTP. (2) Responden adalah masyarakat atau nasabah yang melakukan transaksi perbankan pada mesin E-Service dan CS Digital di Jl. Trunojoyo 145 Jember. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik non probability sampling pendekatan accidental sampling. Penentuan besarnya sampel sebanyak 110 responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Hasil pengolahan data terdapat 110 responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin terdapat laki - laki yaitu sebanyak 62 orang (56,4%) dan perempuan sebanyak 48 orang (43,6%). Responden penelitian ini mayoritas berusia antara 17 hingga 25 tahun yaitu sebanyak 44 orang (40%). Karakteristik responden berdasarkan uang saku atau penghasilan perbulan antara Rp.1.000.000 hingga Rp 3.000.000 sebanyak 49 orang (44,5%). Karakteristik responden berdasarkan profesi mayoritas bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 37 orang (33,6%).

Uji Validitas

Hasil uji validitas terhadap variabel kualitas pelayanan (X1), kepuasan nasabah (X2) dan loyalitas nasabah (Y) menunjukan bahwa masing-masing indikator memperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel kualitas pelayanan (X1), kepuasan nasabah (X2) dan loyalitas nasabah (Y) menunjukan bahwa masing- masing variabel memperoleh nilai cornbach's alpha lebih dari 0,70 sehingga dapat diartikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel. Uji Asumsi Klasik

Setelah dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah dalam uji asumsi kalsik pada penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Beta	Sig	Ket
Konstanta	5,616		-
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,262	0,000	Signifikan
Kepuasan Nasabah (X_2)	0,557	0,000	Signifikan

Sumber: data diolah, 2023

Diperoleh persamaan regresi yang menggambarkan pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) Bank BCA sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 5{,}616 + 0{,}262X1 + 0{,}557X2 + e}$$

a Nilai Konstanta
Nilai konstanta bernilai positif sebesar 5,616 yang berarti bahwa jika nilai dari variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) sama dengan nol maka loyalitas nasabah (Y) adalah sebesar konstanta yaitu 5,616.

b Kualitas Pelayanan (X1)
Nilai koefisien dari variabel kualitas pelayanan (X1) adalah bernilai positif 0,262 yang berarti semakin baik kualitas pelayanan maka loyalitas nasabah Bank BCA akan mengalami kenaikan. Setiap kenaikan satu satuan variabel kualitas pelayanan (X1) akan meningkatkan loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,262.

c Kepuasan Nasabah (X2)
Nilai koefisien dari variabel kepuasan nasabah (X2) adalah bernilai positif 0,557 yang berarti semakin baik kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah Bank BCA akan mengalami kenaikan. Setiap kenaikan satu satuan variabel kepuasan nasabah (X2) akan meningkatkan loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,557.

Uji Hipotesis

Uji t

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) memperoleh t hitung lebih besar dari t tabel (4,429>1,982) dan nilai-nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan (0,000<0,050) sehingga H1 diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA.
2. Variabel kepuasan nasabah (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) memperoleh t hitung lebih besar dari t tabel (4,915>1,982) dan nilai-nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan (0,000<0,050) sehingga H2 diterima yang berarti bahwa kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA.

Uji Statistik F

Hasil pengujian pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) memperoleh F hitung lebih besar dari F tabel (128,653>3,08) dan nilai nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan (0,000<0,050) sehingga H0 ditolak dan H3 diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi menunjukan nilai R Square (R2) sebesar 0,706 yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah Bank BCA sebesar 70,6% (0,706X100%), sedangkan sisanya yaitu sebesar

29,4% (100%-70,6%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

3.2 Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil uji t yang menunjukan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (4,429>1,982) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan (0,000<0,050). Nilai koefisien yang bernilai positif mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka loyalitas nasabah Bank BCA akan mengalami peningkatan, sehingga H1 dapat diterima secara parsial, yang berarti hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (4,915>1,982) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan (0,000<0,050). Nilai koefisien yang bernilai positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah Bank BCA akan mengalami peningkatan, sehingga H2 dapat diterima secara parsial, yang berarti kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah .

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah
Kualitas pelayanan dan kepuasan

Nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukan nilai F hitung lebih besar dari F tabel (128,653>3,08) dan nilai nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan (0,000<0,050). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang tinggi terhadap pembentukan loyalitas nasabah Bank BCA yaitu sebesar 70,6% dengan adanya indikator pembelian berulang, memberikan referensi kepada orang lain, serta penolakan terhadap produk pesaing. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan dengan kualitas pelayanan dengan t hitung (4,915>4,29). Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah .

4. KESIMPULAN

Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank BCA, dengan demikian BCA harus memberikan keamanan, kenyamanan, keandalan, dan kemudahan akses transaksi perbankan.

Kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA, dengan demikian BCA harus memberikan solusi atas kendala atau keluhan nasabah serta menyediakan sarana komunikasi layanan

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA, hal tersebut membuat bank BCA harus terus melakukan inovasi kepada nasabah agar memperoleh solusi finansial dan bertransaksi dengan aman dan nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Jurnal

Aldia, R., Mayroza, W., Fenisi, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Oto Nagari Cabang Kota Baru. Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta Vol. 17, No. 1, hal 93-102

Ayinaddis, S.D., Taye, B.A., & Yirsaw, B.G. (2023) Examining the efect of electronic banking service quality on customer satisfaction and loyalty: an implication for technological innovation. Journal of Innovation and Entrepreneurship, 12-22

Djazilan, M. S. & D. Darmawan. (2021). The Effect of Religiosity and Technology Support on Trust in Sharia Banking in Surabaya, Journal of Science, Technology and Society, 2(2), 7-18.

Maulidya, G.P & Afifah, N. (2021). Perbankan Dalam Era Baru Digital: Menuju Bank 4.0. Proceeding Semniar Bisnis Seri V. Hal 278 – 288.

Mohammad, A.A (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. Journal Economics and Digital Business Review, Volume 4 Issue 1 (2023) Pages 219 - 230

Nandita, R.M., & Idris (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank BCA di Kota Semarang). Diponegoro Journal Of Management, Volume 12, Nomor 3, Tahun 2023, Hal 1-12.

Nguyen, D.T., dkk (2020). Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Switching Costs on Customer Loyalty. Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 8 (2020) 395–405.

Syafir, A.R., Sulfiani., Maksud, H., dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bri Unit Mangasa Somba Opu Makassar. Journal of Management & Business. Volume 6 Issue 2 (2023) Pages 217 - 227

Buku

Oliver, J. (2019). Buku Manajemen. Hilon Tensados. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12 /POJK.03/2018

Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta

Zulyanatunnisa, J.F (2023) PengaruhKualitas Layanan Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank Syariah Kabupaten Sragen. Universitas Islam Negri Raden Mas Said Surakarta.

Artikel Dari Internet

Kotler, Philip dan Keller, K., L. (2018). Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1&2, Jakarta : PT Indeks Laporan Tahunan Terbaru Bank BCA. (2022). https://www.bca.co.id/id/tentang-bca. [Diakses pada 1 Desember 2023].