



**KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN
DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DEBITUR KUPEDES**

Oleh:

**Nurhidayah
Yanuar Bachtiar**

Email : yanuar@stiei-kayutangi-bjm.ac.id

Ibrahim Daud

Email : ibrahim@stiei-kayutangi-bjm.ac.id

STIE INDONESIA BANJARMASIN

ABSTRACT

The purpose of this research is (1) to find out and analyse the influence of service quality by observing reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles variables to the satisfaction of Kupedes debtor of BRI Bank unit of Banjar Selatan Branch Banjarmasin, and (2) to know and analyse the influence of debtor satisfaction to the loyalty of Kupedes of BRI Bank unit of Banjar Selatan Branch Banjarmasin.

The population in the research is an individual or customer who borrows from Kupedes of BRI Bank unit of Banjar Selatan Branch Banjarmasin as many as 2096 people. 95 people are taken as samples by using purposive sampling. The validity test for questionnaires is conducted by Pearson Product Moment and reliability test using Cronbach Alpha. The data is Analysed by using multivariate linear regression.

Based on multivariate linear regression shows positive and significant from service quality variables such as reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles to the satisfaction of Kupedes debtor of BRI Bank unit of Banjar Selatan Branch Banjarmasin and the amount of influence is 72,3 percent. Partially among the five variables all of them influence the debtors of BRI Bank unit of Banjar Selatan Branch Banjarmasin. Other analysis shows that debtors satisfaction influence significantly and positively to the loyalty of customer to the Bank as many as 56,7 percent. The positive influence means that if the debtors satisfaction arises, the loyalty will increase too.

Keywords : Service Quality, Satisfaction, Loyalty.

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat industri perbankan Indonesia dewasa ini sangat berpengaruh besar terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Perkembangan ini diharapkan dapat mendorong industri perbankan ke arah kemandirian dan bersaing secara sehat, efisien dan profesional. Dalam menghimpun dana masyarakat, bank harus dapat menjaga kredibilitas, karena bank adalah lembaga kepercayaan. Kepercayaan merupakan komoditi inti yang diperjualbelikan bank, sedangkan uang hanya merupakan instrumen pembayaran dalam transaksi jual beli kepercayaan ini. Untuk itu, upaya mempertahankan dan menjaga kepercayaan masyarakat merupakan kegiatan prioritas dan harus menjadi fokus perhatian manajemen bank (Kasmir, 2006:12).

Disamping itu dalam pelaksanaan fungsi sebagai lembaga intermediasi, maka peran bank terlihat dari besarnya jumlah kredit yang disalurkan oleh bank. Kemampuan Bank dalam menjalankan fungsi intermediasi tersebut, sangat ditentukan oleh besarnya kemampuan bank dalam menghimpun dana dari masyarakat. Karena penyaluran kredit bisa dilaksanakan jika tersedia sejumlah dana, baik yang bersumber dari pemilik bank (modal) maupun dari masyarakat (Kasmir, 2006:13).

Isu utama persaingan perbankan di Indonesia dewasa ini bukanlah hanya pada harga, tetapi lebih fokus pada kualitas jasa. Harga hanyalah isu yang sekunder dalam persaingan, karena penurunan harga akan diikuti persaingan sehingga tidak akan diperoleh laba optimum. Pelayanan prima dapat tercapai melalui komitmen manajemen meningkatkan kualitas layanan untuk memuaskan nasabah secara terus menerus. Hal ini dilakukan karena adanya kenyataan bahwa konsumen yang tidak puas terhadap jasa yang dikonsumsinya akan mencari penyedia jasa lainnya yang mampu memuaskan kebutuhannya (Supranto, 2001:110).

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang penilaian lembaga tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Oleh karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, lembaga harus berorientasi pada kepentingan pelanggan. Perencanaan strategi

pemasaran yang unggul dan peningkatan kualitas jasa kepada pengguna jasa menjadi skala prioritas utama untuk dilakukan dalam memasuki persaingan pasar bisnis tersebut. Tingkat kepuasan nasabah akan menjadi tolok ukur keberhasilan suatu bank dalam pencapaian tujuan bisnis perusahaan (Kasmir, 2004:32).

Pengukuran kualitas pelayanan jasa menurut Tjiptono (2005:273) didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Terdapat lima dimensi utama kualitas jasa yakni; *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

Bank merupakan lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat. Dalam menjalankan usahanya sebagai lembaga keuangan, kegiatan bank sehari-hari tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Sama seperti halnya dengan perusahaan lainnya, kegiatan pihak perbankan secara sederhana yaitu sebagai tempat untuk melayani segala kebutuhan para nasabahnya. Para nasabah datang silih berganti baik sebagai pembeli jasa maupun penjual jasa yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan kegiatan utama suatu bank yaitu membeli uang dari masyarakat (menghimpun dana) melalui simpanan dan kemudian menjual uang yang diperoleh dari penghimpunan dana dengan cara menyalurkan dana kepada masyarakat umum dalam bentuk kredit maupun pinjaman (Kasmir, 2008:4).

BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin sebagai perusahaan jasa perbankan, tentu saja tidak akan mungkin menghindar dari realita persaingan industri jasa perbankan yang semakin meningkat terutama di wilayah Banjarmasin. Mengingat kondisi masyarakat Banjarmasin dan sekitarnya senantiasa berubah secara dinamis tentunya BRI unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin harus memiliki kemampuan untuk selalu memberikan kepuasan kepada nasabah dan mempertahankannya tetap menjadi nasabah BRI, karena kualitas jasa masih menjadi titik sentral bank dan kepuasan nasabah merupakan faktor kunci kelangsungan usaha suatu bank.

Kondisi pelayanan BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin dibandingkan dengan bank lain cukup baik dan bersaing, karena produk yang

ditawarkan oleh seluruh bank sama hanya pelayanan sajalah yang menjadi faktor pembedanya. Beberapa keunggulan yang dimiliki Bank BRI Unit Banjar Selatan, bank perlu mengenali faktor-faktor yang merupakan kelebihan dan kekurangan masing-masing produk yang ditawarkan. Hal ini dimaksudkan agar keunggulan yang dimiliki tetap dapat dipertahankan dan apabila terdapat kelemahan segera dapat diantisipasi sehingga kepuasan pelanggan akan tetap terus dijaga.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan dengan beberapa debitur Kupedes di dapat informasi bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI unit Banjar Selatan kurang memuaskan dari sisi *reliability* yaitu antrian cukup lama karena nasabahnya banyak. Ditinjau dari sisi *responsiveness* masih ada beberapa karyawan kurang memperhatikan permintaan nasabah untuk dilayani karena karyawannya sedikit, sementara nasabahnya banyak sehingga mereka terlalu sibuk. Ditinjau dari sisi *assurance* ada sebagian karyawan yang kurang memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan nasabah. Ditinjau dari sisi *empathy* kurang ada kepedulian dari karyawan bank jika ada masalah pelayanan, contoh: karyawan terlalu lama menanggapi keluhan dari nasabah. Sementara dari sisi *tangibles* lokasi parkir kurang memadai karena tempat relatif kecil/sempit dan kantor yang kecil.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: (1) Apakah kualitas jasa melalui variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin? (2) Apakah kepuasan debitur berpengaruh terhadap loyalitas debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah

Hallowell (1996), hubungan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan profitabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan yang dimaksud adalah hasil dari persepsi nilai yang diterima dalam suatu transaksi atau hubungan di

mana nilai sama dengan persepsi kualitas layanan. Sementara loyalitas disini menjelaskan sikap, perasaan, dan perilaku yang berbeda secara keseluruhan yang membuat individu untuk memilih produk, jasa, atau organisasi. Sementara loyalitas pelanggan mempunyai hubungan dan memengaruhi profitabilitas. Berarti semakin loyal nasabah mampu meningkatkan keuntungan bank akibat adanya perbaikan kepuasan nasabah.

Yanti (2008) menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*) secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. *Reliability* merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan nasabah. Adriani (2008), menegaskan bahwa bagi nasabah dengan orientasi hubungan yang tinggi terhadap Bank Syariah persepsi nasabah tentang kualitas syariah mempunyai pengaruh terhadap kepuasan. Sedangkan kepuasan tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas.

Setiawan, (2006) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dari lima dimensi (*reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness*) terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Terdapat pengaruh antara kepuasan nasabah dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing, serta terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Bank Permata Cabang Yogyakarta.

Model Servqual (*service quality*), kualitas jasa didefinisikan sebagai “penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa” (Parasuraman, *et al.*, dalam Tjiptono, 2005:262). Definisi ini didasarkan pada tiga landasan konseptual utama yakni; (1) kualitas jasa lebih sukar dievaluasi konsumen daripada kualitas barang; (2) persepsi terhadap kualitas jasa merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual; dan (3) evaluasi kualitas jasa tidak hanya dilakukan atas hasil jasa, namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian jasa.

Pengukuran kualitas jasa dalam model Servqual didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap di antar keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Pada penelitian



awalnya, Parasuraman, *et al.* dalam Tjiptono (2005:273) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok, yakni reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik. Namun pada penelitian berikutnya, Parasuraman, *et al.* Dalam Tjiptono (2005:273) menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi tersebut. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*). Dengan demikian terdapat lima dimensi utama kualitas jasa yakni; reliabilitas (*Reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*).

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler and Keller, 2009: 177).

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

- H₁: *Reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin.
- H₂: Kepuasan debitur berpengaruh signifikan terhadap loyalitas debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin, Jalan K.S. Tubun Banjarmasin Propinsi Kalimantan Selatan. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu atau nasabah yang sedang meminjam kredit Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 95 orang debitur Kupedes. Teknik untuk menentukan sampel penelitian menggunakan metode

purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan suatu kriteria tertentu sebagai suatu *judgment*. Kriteria tersebut adalah debitur yang sudah melakukan pinjaman kredit Kupedes lebih dari 1 (satu) kali pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin.

Untuk menguji validitas instrumen dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor butir-butir pertanyaan dari kuesioner dengan skor total variabelnya. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas bertujuan mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Teknik yang digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan menggunakan koefisien korelasi *Product Moment Pearson*.

Setelah data diuji dengan uji kualitas data, selanjutnya adalah pengujian atau evaluasi terhadap model analisis regresi linear berganda agar menghasilkan *Best Linear Unbiased Estimator (BLUE)* dan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi bertingkat (*regression multistage*) dengan bantuan perangkat lunak SPSS *for Windows versi 23*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dilihat dari jenis kelamin diketahui bahwa sebagian besar responden yang diteliti adalah laki-laki, karena rata-rata debitur Kupedes Bank BRI Unit Banjar Selatan kebanyakan laki-laki jika dibandingkan dengan perempuan. Dilihat dari umur diketahui bahwa umur debitur Kupedes Bank BRI Unit Banjar Selatan variatif dan menyebar, namun yang paling banyak adalah debitur yang berumur antara 41 tahun sampai dengan 45 tahun. Dilihat dari tingkat pendidikan diketahui bahwa mayoritas debitur Kupedes Bank BRI Unit Banjar Selatan adalah debitur yang berpendidikan SMU.

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh item yang digunakan adalah valid dan reliabel. Oleh karena itu, kuesioner yang ada dalam penelitian ini dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas. Model

persamaan regresi dapat dianalisis dan memberikan hasil yang representatif apabila telah bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimation*) atau telah dilakukan pengujian asumsi klasik. Hasil nilai perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) menunjukkan tidak ada satu variabel bebas memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Berdasarkan hasil uji Glejser menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independent yang signifikan secara statistik memengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut (Abs Ut). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedasitas. Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov Test bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah 1,243 dan signifikan 0,091, hal ini berarti H_0 diterima yang berarti data residual terdistribusi normal dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil perhitungan uji linieritas menunjukkan bahwa nilai $R^2 = 0,738$, berarti c^2 hitung = $0,738 \times 95 = 70,11$ lebih besar dari c^2 tabel = 1,661 dengan $df = 95$, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi dalam bentuk linier.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dengan menggunakan program SPSS hasil regresi linier berganda pada penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Regresi Linier Berganda

Simbol	Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Prob./Sig.	Korelasi Parsial
X1	<i>Reliability</i>	0,254	5,084	0,000	0,474
X2	<i>Responsiveness</i>	0,145	3,111	0,003	0,313
X3	<i>Assurance</i>	0,190	3,464	0,001	0,345
X4	<i>Empathy</i>	0,135	2,944	0,004	0,298
X5	<i>Tangibles</i>	0,264	4,064	0,000	0,396
Konstanta = -4,356					
Multiple R = 0,859					
R Squared = 0,738					
Adjusted R Squared = 0,723					
F Ratio = 50,158					
Prob = 0,000					
n = 95					

Sumber: Output SPSS Diolah, 2017

Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian secara simultan (uji F) digunakan untuk membuktikan hipotesis pertama. Variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangibles* secara simultan memengaruhi kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin, hal ini dibuktikan dengan jelas bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($F_{hitung} 50,158 > F_{tabel} 2,317$), sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *reliability*, *assurance*, *tangible*, *emphaty*, *responsiveness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin terbukti diterima. Penjelasan tersebut sesuai dengan ketentuan, jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat atau kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin dipengaruhi oleh *reliability*, *assurance*, *tangible*, *emphaty*, *responsiveness*.

Pengujian secara parsial (uji t) juga digunakan untuk membuktikan hipotesis pertama, yaitu sebagai berikut: Nilai t_{hitung} variabel *reliability* (X_1) adalah sebesar 5,084, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} pada Alpha 5% (0,05) yaitu sebesar 1,662. Dengan demikian secara parsial variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin dengan probabilitas tingkat kesalahan variabel sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 0,254, yang dapat diartikan adanya pengaruh positif antara *reliability* terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin, artinya jika pelayanan ditinjau dari *reliability* ditingkatkan sebesar satu satuan persen maka kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan naik sebesar 0,254 persen dan sebaliknya, jika pelayanan ditinjau dari *reliability* menurun sebesar satu satuan persen maka kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan turun sebesar 0,254 persen. Berdasarkan uraian ini dapat disimpulkan, hipotesis yang menyatakan bahwa *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin terbukti diterima. Besarnya kontribusi pengaruh variabel *reliability*

terhadap kepuasan debitur Kupedes adalah sebesar 63,7% (nilai korelasi parsial) dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.

Nilai t_{hitung} variabel *responsiveness* (X_2) adalah sebesar 3,111, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} pada Alpha 5% (0,05) yaitu sebesar 1,662. Dengan demikian secara parsial variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin dengan probabilitas tingkat kesalahan variabel sebesar 0,003 (lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 0,145, yang dapat diartikan adanya pengaruh positif antara *responsiveness* terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin, artinya apabila *responsiveness* meningkat sebesar satu satuan persen maka kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan naik sebesar 0,145 persen dan sebaliknya jika *responsiveness* menurun sebesar satu satuan persen maka kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan turun sebesar 0,145 persen. Berdasarkan uraian ini dapat disimpulkan, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin terbukti diterima. Besarnya kontribusi pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan debitur Kupedes adalah sebesar 54,9% (nilai korelasi parsial) dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.

Nilai t_{hitung} variabel *assurance* (X_3) adalah sebesar 3,464, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} pada Alpha 5% (0,05) yaitu sebesar 1,662. Dengan demikian secara parsial variabel *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin dengan probabilitas tingkat kesalahan variabel sebesar 0,001 (lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 0,190, yang dapat diartikan adanya pengaruh positif antara *assurance* terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin, artinya apabila *assurance* meningkat sebesar satu satuan persen maka kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan naik

sebesar 0,190 persen dan sebaliknya jika *assurance* menurun sebesar satu satuan persen maka kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan turun sebesar 0,190 persen. Berdasarkan uraian ini dapat disimpulkan, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin terbukti diterima. Besarnya kontribusi pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan debitur Kupedes adalah sebesar 66% (nilai korelasi parsial) dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.

Nilai t_{hitung} variabel *empathy* (X_4) adalah sebesar 2,944, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} pada Alpha 5% (0,05) yaitu sebesar 1,662. Dengan demikian secara parsial variabel *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin dengan probabilitas tingkat kesalahan variabel sebesar 0,004 (lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 0,135, yang dapat diartikan adanya pengaruh positif antara *empathy* terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin, artinya apabila *empathy* meningkat sebesar satu satuan persen maka kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan naik sebesar 0,135 persen dan sebaliknya jika *empathy* menurun sebesar satu satuan persen maka kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan turun sebesar 0,135 persen. Berdasarkan uraian ini dapat disimpulkan, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin terbukti diterima. Besarnya kontribusi pengaruh variabel *empathy* terhadap kepuasan debitur Kupedes adalah sebesar 51% (nilai korelasi parsial) dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.

Nilai t_{hitung} variabel *tangibles* (X_5) adalah sebesar 4,064, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} pada Alpha 5% (0,05) yaitu sebesar 1,662. Dengan demikian secara parsial variabel *tangibles* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin dengan probabilitas tingkat kesalahan variabel sebesar 0,000

(lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 0,264, yang dapat diartikan adanya pengaruh positif antara *tangibles* terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin, artinya apabila *tangibles* meningkat sebesar satu satuan persen maka kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan naik sebesar 0,264 persen dan sebaliknya jika *tangibles* menurun sebesar satu satuan persen maka kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan turun sebesar 0,264 persen. Berdasarkan uraian ini dapat disimpulkan, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin terbukti diterima. Besarnya kontribusi pengaruh variabel *tangibles* terhadap kepuasan debitur Kupedes adalah sebesar 64,8% (nilai korelasi parsial) dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.

Variabel *reliability* merupakan variabel yang dominan memengaruhi kepuasan nasabah Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin, karena menghasilkan nilai korelasi parsial paling besar yaitu 0,474 atau mempunyai nilai koefisien beta paling tinggi (0,318) jika dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan yang lain.

Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Uji hipotesis kedua ini menggunakan uji t, di mana pengujian ini untuk menguji apakah terdapat pengaruh kepuasan debitur terhadap loyalitas debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin. Nilai t_{hitung} variabel kepuasan debitur (Y_1) adalah sebesar 6,635, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,661. Dengan demikian kepuasan debitur mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin dengan probabilitas tingkat kesalahan variabel sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Koefisien regresi variabel kepuasan debitur menunjukkan nilai positif 0,863 yang dapat diartikan adanya pengaruh positif atau searah antara kepuasan debitur terhadap loyalitas debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin, artinya apabila kepuasan debitur meningkat maka loyalitas debitur Kupedes pada Bank BRI Unit

Banjar Selatan Cabang Banjarmasin. akan meningkat demikian juga sebaliknya. Berdasarkan uraian ini dapat disimpulkan, hipotesis yang menyatakan bahwa kepuasan debitur berpengaruh positif terhadap loyalitas debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin terbukti diterima. Besarnya pengaruh kepuasan debitur terhadap loyalitas debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin sebesar $R = 56,7\%$ atau $r^2 = 56,7\%$ (korelasi parsial).

Hasil analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*) terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin, karena mempunyai nilai koefisien regresi positif dan nilai probabilitas $< 0,05$. Hal ini berarti semua variabel kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*) mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan nasabah debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin. Semakin baik kinerja pelayanan yang dilakukan Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin akan menyebabkan debitur menjadi puas terhadap pinjaman Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin.

Meskipun kelima variabel kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*) mempunyai hubungan yang signifikan, akan tetapi jika dilihat dari besar nilai korelasi parsialnya dapat diketahui bahwa variabel *reliability* mempunyai pengaruh yang dominan terhadap peningkatan kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin. Hal ini disebabkan nasabah debitur Kupedes lebih mengutamakan ketepatan waktu dan keakurasian informasi pelayanan yang disampaikan oleh petugas Bank BRI Unit Banjar Selatan tersebut. Dari hasil kuesioner terbuka menunjukkan bahwa pelayanan yang paling memuaskan adalah proses kredit cepat. Namun masih ada beberapa pelayanan yang mengecewakan yaitu antrian cukup lama.

Berdasarkan distribusi frekuensi pertanyaan terbuka bahwa yang paling banyak menjawab pelayanan yang paling memuaskan adalah proses kredit cepat yaitu sebanyak 40%, sedangkan pelayanan yang mengecewakan paling banyak

responden menjawab adalah antrian cukup lama yaitu sebanyak 58,95%. Saran untuk Bank BRI unit Banjar Selatan paling banyak responden menjawab pelayanan lebih ditingkatkan lagi yaitu sebanyak 49,47%.

Dalam praktiknya tentu saja peningkatan kualitas pelayanan tidak semudah seperti yang ada dalam teori. Kendala dari dalam perusahaan dapat berupa pengelolaan manajemen, keahlian tenaga kerja, kelengkapan sarana dan prasarana, sedangkan kendala dari luar perusahaan berupa persaingan dengan bank lain. Dengan berbagai kendala tersebut tentunya kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian karena dapat memengaruhi kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin. Mengingat kondisi dan kebijakan perusahaan yang berbeda-beda pada setiap bank, maka pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan kepuasan debitur Kupedes pasti akan berbeda pula. Sementara kepuasan debitur pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin memengaruhi loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh debitur Kupedes cukup puas dari hasil pelayanan yang diberikan oleh bank sehingga banyak debitur Kupedes yang melakukan peminjaman ulang, berarti loyalitas mereka tidak diragukan lagi.

Diantaranya teori yang dikemukakan oleh Bitner (1990) dalam Adriani (2005) bahwa psikologi ruang lingkup loyalitas pelanggan adalah mekanisme konfirmasi atau diskonfirmasi kepuasan. Tjiptono (2005) juga mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan harus disertai loyalitas pelanggan. Artinya pelanggan yang loyal bukan saja potensial menjadi *word of mouth advertiser*, namun juga bisa menjadi loyal pada portofolio produk perusahaan untuk jangka waktu yang lama, perilaku, pembelian ulang kerap dihubungkan dengan loyalitas. Pembelian ulang dapat merupakan hasil dominasi pasar oleh suatu perusahaan yang berhasil membuat produk mereka menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia. Bisa juga pembelian ulang merupakan hasil dari upaya promosi yang aktif dalam membujuk pelanggan untuk membeli kembali produk yang sama.



KESIMPULAN

Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh simultan terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin. Semakin baik kinerja kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Bank BRI Unit Banjar Selatan akan menyebabkan peningkatan kepuasan debitur. Berarti lima variabel kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles* mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin. Variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin. Variabel *reliability* merupakan variabel yang dominan memengaruhi kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin.

Kepuasan debitur mempunyai pengaruh yang signifikan dan pengaruhnya positif terhadap loyalitas debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin. Semakin tinggi kepuasan debitur Kupedes pada Bank BRI Unit Banjar Selatan akan menyebabkan meningkatnya loyalitas nasabah. Berarti variabel kepuasan debitur Kupedes mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Unit Banjar Selatan Cabang Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, Zulfina. (2008). Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah, Cabang Jambi). Tesis Magister Manajemen, Universitas Jambi.
- Griffin, Jill. (1995). *Customer Loyalty; How To Keep It, How to Earn It*. New York: Lexington Books.
- Hallowell, Roger. (1996). Hubungan Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Profitabilitas. *Internasional Journal of Service*, Vol. 7 No. 4, 1996, hal. 27-42.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media.
- Kasmir. (2006). *Manajemen Bank*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas (Edisi Bahasa Indonesia), Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring Customer Satisfaction (Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods for Business, Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Terjemahan, Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, Yenny Rachmawati. (2006). Pengaruh Kepuasan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dan Strategi untuk Mencapai Keunggulan Bersaing pada Bank Permata Cabang Yogyakarta. Tesis, Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang. http://eprints.undip.ac.id/15958/yeny_Rachmawati_Setiawan.pdf.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Renika Cipta.
- Tjahyono, Eko. (2000). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Bank terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Bumi Daya. Tesis Magister Manajemen, Universitas Padjadjaran Bandung.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing, Malang, Jawa Timur.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2003). *Total Quality Management*. Edisi Revisi, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yanti, Hairina Irma. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan pada PD Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Martapura. Tesis Program Magister Management, Universitas Lambung Mangkurat.