

# **ANALISA PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BCA CABANG AHMAD YANI PEKANBARU**

**Zulhelmi dan Charles Kuantanto**

Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia

Jalan Jend. A. Yani No 78 – 88 Pekanbaru 28127

## **ABSTRACT**

*The aim of this research is to determine the services quality variabels are affecting customer loyalty Bank Central Asia on Ahmad Yani Pekanbaru. The analysis technique used multiple linear regression analysis with t test and F test for tested the hipotesis. The results of this research indicate that responsiveness variabels and assurance variables has significant influence, whereas tangible variables, empathy variables and reability variabels hasn't significantly influence of services quality to customer loyalty Bank Central Asia on Ahmad Yani Pekanbaru. All of variables seviles quality, responsiveness has most dominant influence to customer loyalty Bank Central Asia on Ahmad Yani Pekanbaru, for companies dan markets to increase services quality in the customer's mind, with a better services quality would increase profits for company.*

**Keyword :** Services Quality, Tangible, Empahty, Reability, Responsiveness, Assurance, CustomerLoyalty.

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel kualitas pelayanan apa saja yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank Central Asia cabang Ahmad Yani Pekanbaru. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan uji t dan uji F untuk pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya variabel daya tanggap dan variabel jaminan yang berpengaruh secara signifikan sedangkan variabel bentuk fisik, variabel empati dan variabel keandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Central Asia cabang Ahmad Yani Pekanbaru. Dari kelima variabel tersebut, variabel daya tanggap yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah Bank Central Asia cabang Ahmad Yani Pekanbaru, oleh karena itu perusahaan maupun pemasar untuk meningkatkan kualitas pelayanan didalam benak nasabah, sehingga dengan tingkat kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pada nasabah tersebut sehingga meningkatkan laba bagi perusahaan.

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, Bentuk Fisik, Empati, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Loyalitas Nasabah.

## PENDAHULUAN

Dengan bertambah pesatnya perekonomian provinsi riau menyebabkan mobilitas keuangan di Riau mengalami peningkatan. Sehingga membutuhkan sistem perputaran uang yang cepat untuk pembayaran gaji karyawan dan pembelian alat tambang.

Dalam hal ini industri perbankan memanfaatkan potensi di Riau khususnya Pekanbaru sebagai ibukota. Setiap bank berupaya mengimpon dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit selisih bunga menjadi laba utama dari industri perbankan.

Harapan nasabah dalam menabung adalah rasa aman dan tingkat suku bunga. Suku bunga tiap bank berbeda-beda .

**Tabel 1**  
**Tingkat Suku Bunga Bank BCA, Mandiri, dan BRI**

| Jumlah Nominal                          | BCA  | Bank Mandiri | BRI  |
|-----------------------------------------|------|--------------|------|
| < Rp. 1.000.000.00                      | 0,0  | 0,0          | 0,0  |
| Rp. 1.000.000 < Rp. 50.000.000.000      | 0,7  | 0,9          | 1,0  |
| Rp. 50.000.000 < Rp. 500.000.000        | 0,85 | 1,05         | 1,75 |
| Rp. 500.000.000 < Rp. 1.000.000.000.000 | 1,1  | 1,3          | 1,75 |
| > 1.000.000.0000                        | 1,7  | 2,0          | 2,75 |

Sumber : data olahan 2015

Meskipun BCA lemah di tingkat suku bunga bukan berarti BCA akan ditinggalkan nasabahnya. Berikut hasil pengamatan yang dilakukan oleh Marketing Research Indonesia tahun 2014 “*The Best Bank Customer Loyalty Award*”

**Tabel 2**  
**Tingkat Loyalitas Bank BCA, Mandiri, dan BRI**

| Nama Bank    | 2012   | 2013   | 2014   |
|--------------|--------|--------|--------|
| BCA          | 74,9 % | 75,4 % | 76,3 % |
| Bank Mandiri | 74,1 % | 75,1 % | 75,5 % |
| BRI          | 74,0 % | 74,9 % | 75,0 % |

Sumber: Marketing Research Indonesia

Meskipun lemah disisi tingkat suku bunga, BCA memiliki tingkat loyalitas nasabah yang lebih tinggi dibanding bank lain yang memberikanya bunga yang lebih.

Bank merupakan pelayanan jasa sehingga penelitian ini akan meneliti bentuk kualitas pelayanan jasa yang diberikan BCA kepada nasabahnya. Kualitas pelayanan terdapat 5 dimensi yaitu : Bentuk Fisik, Empati, Keandalan, Daya Tanggap dan Jaminan.

Berdasarkan pemikiran dan latar belakang maka dilakukanlah penelitian dengan judul “Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

### **Rumusan Masalah**

Apakah Bentuk Fisik (*tangible*), Empati (*empathy*) Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*) dan Jaminan (*assurance*) Secara Parsial dan Simultan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yaitu : bagi perusahaan, dapat menjadi pertimbangan bagi manajemen dalam melakukan pengembangan. Bagi pihak lain, sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam dunia bisnis, manajemen sangat dibutuhkan untuk mengatur jalannya suatu bisnis. Istilah manajemen mengacu pada suatu proses mengkoordinasikan kegiatan- kegiatan kerja agar diselesaikan secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain (Marnis, 2007:118) Berdasarkan teori diatas, maka menurut penulis secara umum manajemen dapat diartikan sebagai suatu proses, pengendalian, perencanaan dan pengimpletasian suatu kegiatan melalui orang lain untuk mencapai suatu tujuan.

Pemasaran didefinisikan sebagai proses manajerial dan sosial dimana individu-individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan orang dan atau kelompok lain (Henry, 2004:4).

Berdasarkan uraian diatas, maka pengertian pemasaran secara umum adalah suatu proses sosial yang bertumpu pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran sehingga memberikan kepuasan yang maksimal antara kedua bela pihak.

Menurut Gronroos dalam Ratminto (2005:2) pengertian pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antar konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh organisasi pemberi pelayanan yang dimaksudnya untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan sebuah konsep multidimensi. Dimensi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi melalui penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman yang dikenal sebagai SERVQUAL ( Fandy Tjiptono 2005) sebagai berikut (1) Bentuk Fisik - Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensin kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Contoh kepuasan atas bentuk fisik : peralatan yang modern, daya tarik, berpenampilan profesional, fasilitas sebanding dengan pelayanan yang diberikan. (2) Empati - Kesiediaan karyawan dan pengusaha memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada pelanggan dalam berupaya memahami keinginan pelanggan dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki sautu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. Contoh kepuasan atas empati: memberikan perhatian secara individu kepada konsumen, memberikan perhatian khusus kepada konsumen, memahami kebutuhan konsumen, mengutamakan kepentingan konsumen, kesuaian waktu dalam melayani

konsumen. (3) Keandalan - Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, konsisten dan sesuai dengan harapan. Contoh kepuasan dalam variabel keandalan: memberikan pelayanan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen, menanggapi keluhan konsumen dengan sungguh – sungguh, dapat diandalkan dalam menanggapi permintaan konsumen. melaksanakan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditentukan, handal dalam menangani permintaan konsumen. (4) Daya Tanggap - Kemampuan perusahaan dalam membantu nasabah dalam proses pelayanan dan memberikan jasa yang cepat dan tepat. Contoh kepuasan dalam variabel daya tanggap: memberikan informasi kepada konsumen tentang kepastian waktu pelayanan yang dijanjikan, melayani konsumen secara cepat, bersedia membantu setiap masalah, menanggapi permintaan konsumen. (5) Jaminan - Ketersediaan karyawan dan pemilik memberikan perhatian mendalam yang khusus bagi pelanggan dalam berupaya memahami nasabah. Contoh kepuasan dalam variabel jaminan: memiliki kemampuan menangani pelayanan, senang dengan pelayanan yang diberikan, berlaku sopan saat melayani konsumen, memiliki kemampuan untuk menjawab pertanyaan konsumen.

Gramer dan Brown dalam Utomo (2006: 27) memberikan definisi mengenai Loyalitas konsumen, yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.

Menurut Wahyu (2005:11) loyalitas konsumen didefinisikan sebagai suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa pada kurun waktu tertentu pada situasi dimana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan mendapatkannya.

Menurut Griffin dalam Dwi Kartini Y (2009:5-35), konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku daripada dengan sikap. Loyalitas adalah perilaku membeli. Bila seseorang merupakan pelanggan loyal, ia menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian *nonrandom* yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan. Contoh kepuasan dalam loyalitas: melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan terhadap pesaing.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan teknik survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan angket / kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok dan secara umum menggunakan metode statistik.

Desain dari penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono:2009), dimana dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan kausalitas antara variabel *tangible* (bentuk fisik), *empathy* (kepedulian), *reliability*(keandalan) , *responsiveness*(ketanggapan) dan *assurance* (jaminan) terhadap loyalitas pada nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru

Berdasarkan pendapat Roscoe dengan menghitung sampel berdasarkan variabel. Dengan demikian, karena total variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah 6 variabel, yang terdiri dari 5 variabel bebas dan 1 variabel terikat, maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak  $6 \times 10 = 60$  orang responden. Namun dalam penelitian ini, akan menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden agar hasil akurasi dari angket lebih baik.

## **Uji Regresi Berganda**

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode secara parsial atau secara terpisah dan pengujian secara serentak terhadap semua koefisien regresi untuk menguji pengaruh variabel dependen secara terpisah serta pengaruh bersama keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun uji yang dilakukan adalah :

#### Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing peubah independen berpengaruh terhadap peubah dependen atau tidak.

#### Uji F

Uji F atau Uji Simultan dilakukan untuk melihat apakah terjadi pengaruh nyata antara peubah independen terhadap peubah dependen secara keseluruhan.

#### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien  $r^2$ .

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan kepada 100 responden dengan metode acak. Kuisioner penelitian ini tidak mengalami kecacatan sehingga 100 kuisioner dapat diolah dengan baik. Berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase |
|---------------|-----------|------------|
| Laki-Laki     | 54        | 54%        |
| Perempuan     | 46        | 46%        |
| Total         | 100       | 100%       |

Sumber : Olahan Data 2015

Berikut karakteristik responden berdasarkan umur sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

| Umur        | Frekuensi | Persentase |
|-------------|-----------|------------|
| 10-19 tahun | 3         | 3%         |
| 20-29 tahun | 50        | 50%        |
| 30-39 tahun | 22        | 22%        |
| 40-49 tahun | 18        | 18%        |
| 50-59 tahun | 7         | 7%         |
| Total       | 100       | 100%       |

Sumber : Olahan Data 2015

Berikut klasifikasi responden berdasarkan jenis pekerjaan sebagai berikut :

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

| Jenis Pekerjaan | Frekuensi | Persentase |
|-----------------|-----------|------------|
| PNS             | 3         | 3%         |
| Karyawan        | 44        | 44%        |
| Wirausaha       | 48        | 48%        |
| Belum bekerja   | 5         | 5%         |
| Total           | 100       | 100%       |

Sumber : Olahan Data 2015

Berikut klasifikasi responden berdasarkan pendidikan sebagai berikut :

**Tabel 6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

| Jenis Pekerjaan | Frekuensi | Persentase |
|-----------------|-----------|------------|
| SMP             | 3         | 3%         |
| SMU             | 58        | 58%        |
| Diploma/Sarjana | 39        | 39%        |
| Total           | 100       | 100%       |

Sumber : Olahan Data 2015

Berikut klasifikasi responden berdasarkan interval penggunaan jasa sebagai berikut :

**Tabel 7**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Interval Penggunaan Jasa**

| Interval Penggunaan Jasa | Frekuensi | Persentase |
|--------------------------|-----------|------------|
| 3x dalam seminggu        | 33        | 33%        |
| 1x dalam seminggu        | 35        | 35%        |
| 2x dalam sebulan         | 16        | 16%        |
| 1x dalam sebulan         | 13        | 13%        |
| Sangat jarang            | 3         | 3%         |
| Total                    | 100       | 100%       |

Sumber : Olahan Data 2015

### Uji Pendahuluan

#### Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur kuisoner.

Setiap indikator-indikator dari tiap variabel dependen dan independen dinyatakan valid karena nilai dari total correlation diatas dari 0,3.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menunjukkan konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel     | Hasil <i>cronbach's alpha</i> | Keterangan |
|--------------|-------------------------------|------------|
| Bukti Fisik  | 0,786                         | Reliabel   |
| Empati       | 0,800                         | Reliabel   |
| Kehandalan   | 0,809                         | Reliabel   |
| Daya Tanggap | 0,813                         | Reliabel   |
| Jaminan      | 0,797                         | Reliabel   |
| Loyalitas    | 0,807                         | Reliabel   |

Sumber : Olahan Data 2015

Dari hasil uji reliabilitas terhadap variabel bentuk fisik, empati, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan loyalitas diperoleh nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga keseluruhan variabel.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat atau bebas memiliki distribusi normal.

Berdasarkan analisa menggunakan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*, terlihat bahwa titik-titik mengarah ke garis normal sehingga data dinyatakan normal.

#### **Hasil Uji Autokorelasi**

Pengujian autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada kolerasi antara kesalahan pengganggu (*error*).

Pengujian autokorelasi menggunakan penghitungan nilai Durbin-Watson. Nilai Durbin-Waston yang diperoleh 2,423 yang artinya berada di atas dari +2 sehingga data tidak mengalami autokorelasi.

#### **Hasil Uji Heteroskedastitas**

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Berdasarkan analisa dari diagram *scatterplot* tiap titik tidak membentuk pola atau titik tersebar secara acak sehingga data tidak terjadi gangguan heteroskedastitas.

#### **Hasil Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas merupakan uji yang ditunjukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen).

Variabel bentuk fisik, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan terhitung nilai *Tolerance* > 10 dan nilai VIF < 10 yang artinya tidak ada Multikolinearitas.

### **Hasil Uji Regresi Berganda**

Dalam hipotesis akan diuji adanya pengaruh positif atau negatif pada variabel bentuk fisik, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan terhadap loyalitas nasabah bank BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

Hasil Pengujian Regresi terdapat 3 uji yaitu sebagai berikut :

#### **Hasil Uji Parsial ( uji t )**

Pengujian uji parsial menggunakan olahan software SPSS versi 16.0 dengan tingkat akurasi 95% dan  $\alpha = 5\%$ .. nilai t-tabel sebesar 1,661.

Berikut hasil dari pengujian parsial dari tiap variabel yang diteliti :

#### **Bentuk Fisik (X1)**

Berdasarkan analisa regresi secara parsial bentuk fisik terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru dengan hasil t-hitung sebesar 0,553 yang berarti lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,661. Dengan demikian bentuk fisik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

#### **Empati (X2)**

Berdasarkan analisa regresi secara parsial empati terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru dengan hasil t-hitung sebesar 0,004 yang berarti lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,661. Dengan demikian empati tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

#### **Kehandalan (X3)**

Berdasarkan analisa regresi secara parsial kehandalan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru dengan hasil t-hitung sebesar 0,556 yang berarti lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,661. Dengan demikian kehandalan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

#### **Daya Tanggap (X4)**

Berdasarkan analisa regresi secara parsial daya tanggap terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru dengan hasil t-hitung sebesar 3,167 yang berarti lebih besar dari t-tabel sebesar 1,661. Dengan demikian daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

#### **Jaminan (X5)**

Berdasarkan analisa regresi secara parsial jaminan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru dengan hasil t-hitung sebesar 3,132 yang berarti lebih besar dari t-tabel sebesar 1,661. Dengan demikian jaminan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

#### **Hasil Uji Simultan ( Uji F)**

Pengujian uji simultan menggunakan olahan software SPSS versi 16.0 dengan tingkat akurasi 95% dan  $\alpha = 5\%$ .. nilai f-tabel sebesar 2,31.

Berdasarkan pengujian di dapat nilai dari f hitung sebesar 17,621, yang artinya lebih besar dari f-hitung sebesar 2,31. Dengan demikian untuk secara keseluruhan dari tiap indikator kualitas pelayanan ( bentuk fisik, empati, kehandalan, daya tanggap dan jamian) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

#### **Koefisien Determinasi**



Dari hasil tampilan *output* SPSS model *summary* besar nilai *Adj R Square* adalah 0,456. Hal ini berarti 45,6% variabel loyalitas dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Selebihnya variabel loyalitas nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti kepuasan konsumen, dan lain-lain.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka sebagai kesimpulan dari hasil penelitian diperoleh hasil sebagai berikut :

Secara parsial variabel daya tanggap dan jaminan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru, sedangkan Bentuk Fisik, Empati dan Keandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

Dari hasil pengujian simultan, secara keseluruhan kualitas pelayanan ( bentuk fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

Berdasarkan hasil SPSS pada model *summary* diperoleh nilai *Adj R Square* sebesar 0,456. Hal ini menyatakan bahwa ada 45,6% variabel loyalitas dipengaruhi oleh variabel yang sedang diteliti.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan interpretasi data serta kesimpulan, maka disarankan kepada perusahaan untuk :

Mewujudkan strategi pemasaran yang mampu meningkatkan loyalitas nasabah. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan berupa variabel daya tanggap dan jaminan. Perusahaan disarankan untuk meningkatkan variabel daya tanggap dan jaminan secara maksimal. Indikator-indikator dapat dijadikan acuan bagi manajemen dalam mengembangkan kualitas pelayanan.

Untuk secara simultan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan disarankan pihak manajemen melakukan peningkatan termasuk pada bagian konteks yang kecil.

Sebagai bahan referensi lebih lanjut disarankan untuk menambah variabel yang digunakan dalam penelitian berikutnya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Amin Widjaja Tunggal. 2007. *Audit Manajemen*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anwar Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit Salemba Empat.
- Ariani, Dosotha Wahyu. 2005. *Manajemen Kualitas*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Arifin, Zainul, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah ( studi pada nasabah kredit KPR PT. Bank BTN KCP Tuban)*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. 2015.
- Azia, 2012. *Pengaruh return of asset (ROA), debt to Equity (DER), tingkat suku bunga dan inflasi terhadap return saham*. Universitas Widyatama Arzena, Deby Meigy, *Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. 2013.

- Barnes, James G. 2003. *Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*. Andreas Winardi(Penerjemah) Yogyakarta : Andi.
- Christoper Lovelock & Lauren K. Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks, Jakarta.
- Daryanto, 2011, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Edgar, M dan balia F. 2009 *Why and How Services Quality Perceptions Impact Customer Responses*.Jurnal of managing services quality vol 19, halaman 474-485.
- Ghozali, Imam 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali Imam 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS edisi 4*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty. Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Terjemahan oleh Dwi Kartini Y, 2009. Erlangga Jakarta Handoko, T. Hani. 2005. *Manajemen*, Penerbit Edisi Kedua. BPFE Yogyakarta.
- Griffin, Ricky W. Ronald J Ebert. 2007. *Business*. Edisi Kedelapan.Penerjemah Sita Wardhani. Jakarta: Erlangga.
- Khatimah, Hansul. *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Nasabah BRI cabang Semarang Patimura)*. 2011
- Kotler, Philip. 2002. *Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. Amstrong Gary, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedua Belas, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. Dan Keller 2007. *Manajemen Pemasaran Ahli Bahasa Hendra Teguh Antorius*. PT. Prehailindo. Jakarta
- Lo Liang Keng et all, 2009. *The Impact of Services Quality on Customer Loyalty*. Penang Malaysia.
- Lukasyanti D 2010. *Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa*. <http://www.sutisna.com/?s=meningkatkan+kualitas+pelayanan+jasa>. 12 Desember 2015
- Marnis. 2007. *Pengantar Bisnis*, Cetakan Pertama. Penerbit Unri Press, Pekanbaru Riau.
- Musanto, Trisno 2004. *Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan*. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Pengantar Manajemen*, Cetakan Kedua, Penerbit Unri Press, Pekanbaru Riau.
- Nurmaida. 2016. *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) cabang Putri Hijau*. Universitas Sumatra Utara.
- Prasetyo Utomo. 2006. *Analisis Pengaruh Pemberdayaan dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Semarang Conventon Hotel*. Falkutas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Purhantara, Wahyu 2010. *Metode penelitian kualitatif untuk bisnis*. Graha Ilmu Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto, Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.

- Siburian, Ind Tisana Prasetyo, dkk. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Semarang*. Jurnal ilmu Administrasi Bisnis.
- Siddiqi K.O 2011. *Between Services Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Bank Sector Banglades*.
- Simamora, Hendry. 2004. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid II, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2006. *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Siswanto, 2006. *Pengantar Manajemen*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Siswoyo, Erik. *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Jateng Pemuda Semarang*. 2009.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D*. Cetakan ke 17 Bandung/ Alfabeta.
- Suhardi, Gunarto. 2006. *Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Bank di Surabaya*. Jurnal KINERJA ( Vol 10 No 1).
- Suprpto. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: MedPress.
- Tjiptono, Fandy. Chandra. 2005. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur : Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Tony, Wijaya 2010. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Yamit, Zulian .2005 . *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama Cetakan Keempat, Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.