

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BJB Pada Kantor Cabang Pembantu Ujung Berung

Itto Turyandi

Turyandiitto86@gmail.com

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Al-Ghfari

ABSTRAK

Emulation in the existing banking world is very tightening, and with condition of market where consumer or in this case is client has some banking service choices which will be applied, this thing will make transfer of client becomes increasingly as usual out of one banks to bank the other. For the purpose is required hard work in maintaining client loyalty, one of its way is by giving quality of banking service activities as good as possibly. Bank Jabar Banten (Bank BJB) be an bank institute owned by the Government of West Java and Banten which now becomes bank having scale national. In facing emulation in this banking world always does improvement of quality of banking service activities, peculiarly from tangible, empathy, reliability, responsiveness, until quality of service activities passed to client.

This research aim to study influence quality of banking service activities to client loyalty at Bank BJB assistant office of branch Ujung Berung. Variable involved in by this research consisted of independent variable that is quality of banking service activities (X) and its the dependent variables is client loyalty (Y). Method applied is survey where information from respondent is collected direct inly place of case systematically, as a mean to knows and forecasts some behaviour aspects from the population. As for research type done is descriptive and verifikatif.

Result of this research known that contribution jointly client loyalty to quality of banking service activities from result of coefficient of determination has influence equal to 74.8% and 25.2% influenced by other factor of which is not discussed in this research. As for sub-variabel pawn quality of banking service activities has biggest influence to client loyalty, and sub-variabel direct proof has smallest influence to client loyalty. Based on result of research as a whole, inferential that quality of banking service activities of influential positive and strong to client loyalty Bank BJB assistant office of branch Ujung Berung. This thing is because of client in general feels quality of banking service activities given Bank BJB have been maximum and good.

1. Latar Belakang Penelitian

Persaingan di dunia perbankan pada masa sekarang ini dirasa sangatlah dinamis karena kita juga dapat merasakan secara langsung bahwa hampir semua bank berlomba-lomba meningkatkan asset dan “kesehatan” keuangannya guna memenangkan persaingan dalam dunia perbankan. Didukung pula dengan perkembangan teknologi dan informasi, hal ini membuat pihak manajemen bank harus berusaha agar tidak tertinggal dalam persaingan, serta dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabahnya.

Keberlangsungan dan keberhasilan suatu usaha perbankan tidak terlepas dan sangat ditentukan oleh bagaimana bank tersebut mengelolah keuangannya dan sumber daya yang lain, karena dari semua itu akan terjadi suatu sinergi yang membuat lembaga bank beroperasi dengan optimal. Tidak sedikit bank yang mengalami kegagalan beroperasi karena ke-tidak mampuan manajemen bank dalam mengelola keuangan dan sumber daya lainnya, sehingga kegiatan operasional bank tersebut menjadi tidak efektif dan efisien. Hal inilah yang akan mempengaruhi daya saing bank tersebut dalam dunia perbankan.

Berdasarkan Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998, telah ditetapkan bahwa bank merupakan suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit atau pinjaman dana juga jasa dalam lalu lintas dan peredaran uang (<http://www.bi.go.id>). Dari pengertian dasar tersebut dapat kita mengartikan bahwa bank merupakan suatu lembaga intermediasi dalam bidang jasa keuangan antara masyarakat yang memiliki dana berlebih kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Bagi masyarakat yang memiliki dana berlebih, bank menyediakan jasa secara umum dalam bentuk deposito dan juga simpanan(tabungan). Bagi masyarakat yang membutuhkan dana, bank menyediakan jasa penyaluran dananya dalam bentuk kredit atau pinjaman.

Dilain pihak, keberhasilan suatu bank dalam rangka memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa, dapat dinilai oleh sikap konsumen purna-beli, dimana nasabah mengevaluasi apakah jasa perbankan yang digunakannya memuaskan atau tidak. Dalam dunia perbankan, kepuasan nasabah atas jasa pelayanan bank ditunjukkan antara

lain dengan loyalitas nasabah, penggunaan jasa bank yang lebih sering, serta menambah jumlah uang yang ditabung atau mendepositokan dananya pada bank tersebut.

Beragam produk perbankan kini banyak ditawarkan kepada masyarakat luas. Tergantung pada kebutuhan dan segmentasi pasar yang dituju oleh suatu bank, mulai dari masyarakat golongan menengah ke bawah hingga masyarakat golongan atas. Hal ini juga yang membuat dunia perbankan sangat penting dan menunjang dalam segala kegiatan perekonomian. Dengan beragam produk yang ditawarkan, masyarakat dapat dengan leluasa melakukan kegiatan perekonomian. Banyak manfaat yang bisa didapat ketika menggunakan jasa perbankan dalam melakukan kegiatan usaha, dan juga berbagai bentuk pembayaran. Kita menyadari manfaat tersebut, karena bisa kita bayangkan resiko lebih besar akan timbul ketika ketika melakukan transaksi tunai dalam jumlah yang sangat besar.

Potensi dalam dunia perbankan sangatlah baik, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Bank tidak hanya menjadi lembaga jasa penyimpanan dana saja, akan tetapi juga memiliki fungsi sebagai pemberi pinjaman dan jasa-jasa lainnya. Disamping itu juga kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank akan menjadi daya tarik tersendiri yang akan menambah jumlah nasabah.

Dewasa ini hampir semua bank milik pemerintah dan milik swasta nasional dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan juga keinginan para nasabahnya. Jika dilihat secara singkat, bentuk pelayanan jasa perbankan meliputi kesigapan, keterampilan, dan juga keramahan petugas dalam melayani nasabahnya, selain itu juga ada dukungan sarana fisik lainnya yang dapat mempengaruhi sikap nasabahnya. Melalui pemberian kualitas pelayanan jasa yang sesuai dengan harapan nasabah akan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap bank. Karena hal tersebut merupakan aset yang sangat berharga yang tidak terlihat bagi bank. Bank Jabar Banten (BJB) adalah salah satu bank pembangunan daerah dimiliki oleh pemerintah daerah Jawa Barat dan Banten, yang bertugas dankegiatan usahanya diarahkan untuk dapat membantu dalam perbaikan ekonomi

rakyat dan juga pembangunan nasional khususnya daerah Jawa Barat dan Banten. Dampak dari persaingan antar bank yang semakin ketat menunjukan semakin tergesernya peran bank milik pemerintah oleh bank swasta nasional.

Sejauh pengamatan secara langsung, Bank BJB memiliki kualitas pelayanan jasanya yang cukup baik sehingga mampu meningkatkan minat masyarakat untuk menabung dan membuka rekening di Bank BJB. Hal ini dibuktikan dengan meraih beberapa penghargaan bergengsi, salah satunya adalah menjadi *The Best BPD* pada tahun 2009 dengan kriteria penilaian menjadi bank yang memberikan pelayanan terbaik dalam menangani keluhan nasabah, terbaik dalam busan pegawai, dan menjadi terbaik dalam hal pengamanan (<http://www.bankjabar.co.id>). Pada tahun yang sama pun, Bank BJB mampu meningkatkan pertumbuhan kreditnya dari Rp13.048 Miliar menjadi Rp.16.429 Miliar atau tumbuh sekitar 26% (*Annual Report BJB*). Untuk meningkatkan kualitas dan sikap professional sumber daya manusia yang berkompetensi dan memiliki integritas yang tinggi, Bank BJB secara terus menerus mengadakan program pengembangan sumber daya manusianya. Hingga saat ini tercatat sebanyak 1.222 karyawan yang berpendidikan Sarjana (S1), 236 orang Diploma (D3), dan sebanyak 163 orang lulusan SMU sederajat (SDM Bank BJB, *Annual Report 2009*).

Pengawasan pemerintah yang cukup ketat terhadap sektor perbankan, dan kebijakan perbankannya cukup memberikan peluang bagi Bank BJB dalam menghimpun dana dari masyarakat melalui berbagai produk jasa perbankan yang ditawarkan. Namun dari pengamatan langsung yang dilakukan, masih banyak kesenjangan antara kualitas pelayanan jasa perbankan yang diberikan dengan harapan nasabah saat ini, dan hal tersebut memberikan dampak terhadap loyalitas nasabah Bank BJB. Kondisi tersebut, sangatlah menarik untuk dikaji lebih lanjut tentang bagaimana dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas nasabah, khususnya bagi nasabah yang memegang rekening di Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung, yang terdiri dari bukti

langsung (*tangible*), perhatian (*empathy*), keandalan jasa (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*).

Berdasarkan kondisi di atas, ingin diketahui lebih jauh tentang bagaimana perilaku nasabah yang menabung, serta pengaruh kualitas pelayanan jasa perbankan terhadap loyalitas nasabah di Bank BJB khususnya kantor cabang pembantu Ujung Berung. Nasabah yang dijadikan responden adalah nasabah yang dananya di Bank BJB yang terdiri dari tabungan, deposito, dan juga giro.

Melalui penelitian ini diharapkan sebagai dasar dan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah melalui kualitas pelayanan jasa perbankan.

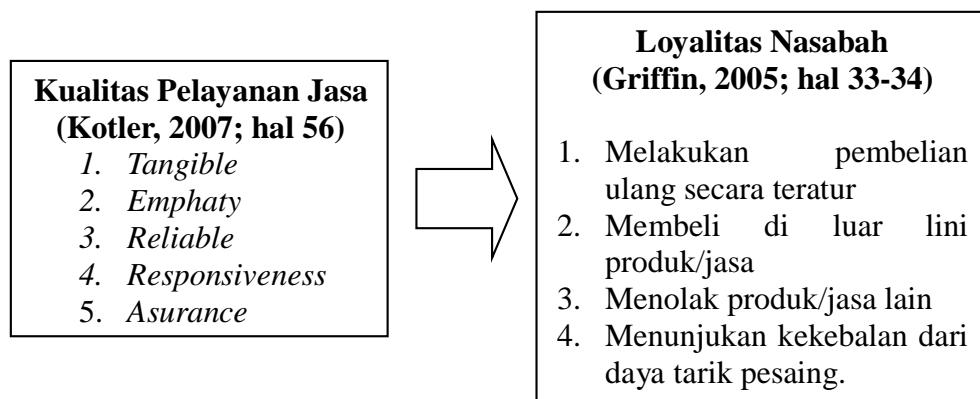
2. Kerangka Pemikiran

Dalam mempertahankan kerbelangsungan hidup usahanya, setiap perusahaan baik yang bergerak dalam bidang perbankan ataupun yang bukan, seperti manufaktur hingga perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa lainnya senantiasa harus berupaya untuk memiliki *competitive advantage* (keunggulan dalam bidang tertentu, guna memenangkan persaingan), dimana dalam hal ini dapat berupa keunggulan pelayanan (*service*) kepada nasabah. Demikian juga dengan Bank BJB sebagai salah satu bank milik pemerintah daerah yang sangat memperhatikan kepentingan dan juga kepercayaan nasabahnya, melakukan peningkatan kualitas pelayanan jasa perbankan dengan tujuan akhirnya yaitu guna menciptakan loyalitas nasabah.

Menurut Khotler dan Keller (2007, hal 42), jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin saja tidak berkaitan dengan produk fisik. Atau bahkan adapula jasa yang disertakan dalam paket penjualan suatu produk fisik. Nasabah yang loyal merupakan aset yang paling berharga bagi Bank BJB, khususnya di kantor cabang pembantu Ujung Berung dalam meningkatkan keuntungan (*profitability*) bagi perusahaan. Griffin (2005, hal 4) menjelaskan bahwa: Loyalitas lebih mengarah pada perilaku yang

ditunjukan dengan pembelian/menabung yang rutin karena didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Karakteristik pelanggan/nasabah yang loyal antara lain adalah melakukan pembelian jasa dalam hal ini memiliki motivasi menabung yang cukup tinggi, cenderung menolak jasa atau produk dari pihak lain, dan menunjukan kekebalan dan tidak terpengaruh oleh produk (jasa bank) sejenis dari pesaing.

Pada dasarnya unsur-unsur dari kualitas pelayanan jasa perbankan akan menciptakan kepuasan pada nasabah. Nasabah yang memperoleh kepuasan dalam kualitas jasa pelayanan perbankan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam rangka membentuk loyalitas nasabah, disamping itu juga dibutuhkan adanya dukungan keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan secara berkesinambungan. Dalam hal ini, peneliti dapat menggambarkan paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Paradigma Penelitian

3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan suatu hipotesis sementara, sebagai berikut:

“Kualitas pelayanan jasa perbankan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Ujung Berung.”

4. Metode Penelitian

Metode Penelitian Atas pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat verifikatif dan deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian

yang bertujuan untuk memperolah deskripsi tentang ciri-ciri variabel kualitas pelayanan jasa bank. Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dimanadalam penelitian ini akan diuji apakah kualitas jasa pelayanan bank berpengaruhterhadap loyalitas nasabah.Mengingat sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah descriptive survey dan explanatory survey.

Dalam operasional penelitian yang penulis lakukan adalah bentuk variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent) Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil penghitunganataupun pengukuran, kuantitatif ataupun kualitatif mengenai karakteristik tertentudari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Dalam hal ini populasi merupakan objek sebagai sumber atau bahanyang sangat penting dalam melakukan penelitian, populasi menetapkan seluruhpengguna jasa pelayanan (nasabah) Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung berung.

Bank BJB memiliki total nasabah yang menyimpan dana sebanyak 112 nasabah (populasi), dengan ertsentase kesalahan sebesar 10% dari rumus di atas apat dihitung jumlah sampel yang akan diambil adalah sebagai berikut:
 $n= N_1 + N_2$ $n= 61121 + 6112.(01)2$ $n= 98,39 \rightarrow$ dibulatkan=98 orang sampel
Atau sekitar 1.60% dari jumlah seluruh populasi nasabaha Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung.

Dengan demikian analisis data dalam penelitian ini ter-arah pada penggambaran, penjelasan, dan penguraian secara terperinci dalam sistematis tentang keadaan ebenarnya. Kemudian berdasarkan pemikiran dengan memberikan organisasi dan interpretasi serta penulisan secara persentase kemudian manarik kesimpulannya sehingga dapat diperolah satu jawaban untuk menjawab pertanyaan penelitian. Adapun teknik pengolahan data yang digunakan sebagai penentu indikator penelitian ini adalah ordinal. Akan dibahas tanggapan responden terhadap dua variabel penelitian yang dilakukan yaitu kualitas pelayanan jasa perbankan dan loyalitas nasabah.

Untuk memudahkan analisis data, maka peneliti menyajikan dalam bentuk gambar tanggapan responden.

Dalam melakukan interpretasi tanggapan nasabah atas kualitas pelayanan jasa dapat dilihat dari jumlah responden yang menyatakan setuju atas kualitas pelayanan jasa yang diberikan Bank BJB. Sedangkan interpretasi loyalitas nasabah dilihat dari jumlah tanggapan responden yang menjawab setuju atas pernyataan-pernyataan pada kuesioner, nasabah dapat dikatakan loyal apabila responden yang menjawab setuju berjumlah lebih dari 50% dan sebaliknya. Untuk interpretasi secara keseluruhan, peneliti akan menggunakan perhitungan hasil secara keseluruhan untuk melakukan analisis kualitas pelayanan jasa perbankan dan loyalitas pelanggan.

5. Pembahasan

5.1. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Bank BJB

a) Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung yang diberikan pihak Bank BJB dalam kategori baik, hal ini menunjukkan bahwa kondisi Bank BJB menurut responden baik untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel-tabel tanggapan responden. menunjukkan sebagian besar responden yaitu 41.8% menyatakan setuju bahwa lokasi bank dan sarana parkir cukup baik, selebihnya menyatakan tidak baik (4.1%) dan sangat baik (1%). Dengan demikian menunjukkan bahwa lokasi dan saran parkir Bank BJB sudah dipandang cukup baik oleh nasabah. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 58.2% menyatakan bahwa kondisi interior dan kenyamanan ruang Bank BJB terjaga dengan baik, selebihnya menyatakan kurang baik 4.1% dan sangat baik sebesar 1%. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 80.6% menyatakan penampilan pegawai dan sarana perlengkapan Bank BJB baik dan 4.1% menyatakan tidak baik, sedangkan selebihnya (6.1%) menyatakan sangat baik.

b) Perhatian Yang Diberikan Pada Nasabah (*Empathy*)

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 71.4% menyatakan bahwa kemudahan nasabah dalam menghubungi pegawai Bank

BJB tergolong baik, sedangkan selebihnya menyatakan cukup baik sebesar 19.4% dan sangat baik sebesar 9.2% Dengan demikian menunjukkan bahwa kemudahan nasabah dalam menghubungi pegawai telah dirasa baik oleh nasabah Bank BJB. Berdasarkan jawaban responden pada pertanyaan kuisioner butir lima menunjukkan sebagian besar responden yaitu 46.9% menyatakan bahwa perhatian yang diberikan pegawai terhadap nasabah dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 22.4% dan cukup baik sebesar 30.6 %. Dengan demikian perhatian yang diberikan pegawai terhadap nasabah tergolong dalam kriteria baik.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 70.4% menyatakan bahwa kesungguhan pegawai dalam melayani nasabah dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 15.3% dan cukup baik sebesar 14.3%. Dengan demikian kesungguhan pegawai dalam melayani nasabah tergolong dalam kriteria baik.

c) Keandalan Jasa (Reliability)

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 66.3% menyatakan bahwa kecepatan pegawai dalam melayani nasabah dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 14.1% dan cukup baik sebesar 29.6%. Dengan demikian kecepatan pegawai dalam melayani nasabah tergolong dalam kriteria baik. menunjukkan sebagian besar responden yaitu 76.5% menyatakan bahwa ketepatan pegawai dalam menyelesaikan permasalahan nasabah dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 4.1% dan kurang baik sebesar 1%. Dengan demikian ketepatan pegawai dalam menyelesaikan permasalahan nasabah tergolong dalam kriteria baik.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 70.4% menyatakan bahwa kemudahan penyetoran dan penarikan dana dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 8.2% dan kurang baik sebesar 21.4%. Dengan demikian kemudahan penyetoran dan penarikan dana tergolong dalam kriteria baik.

d) Daya Tanggap (Responsiveness)

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 68.4% menyatakan bahwa kesigapan petugas dalam melayani nasabah dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 23.5%

sedangkan cukup baik dan kurang baik masing-masing sebesar 4.1%. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 66.3% menyatakan bahwa kesediaan pegawai dalam membantu penyelesaian keluhan nasabah dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 14.3% dan kurang baik sebesar 19.4%. Dengan demikian kesediaan pegawai dalam membantu penyelesaian keluhan nasabah tergolong dalam kriteria baik.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 75.5% menyatakan bahwa kemampuan pegawai dalam melayani nasabah dengan cepat dan terampil dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 10.2% dan cukup baik sebesar 14.3%. Dengan demikian kemampuan pegawai dalam melayani nasabah dengan cepat dan terampil tergolong dalam kriteria baik.

e) Jaminan (Assurance)

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu sebesar 85.7% menyatakan bahwa kemampuan pegawai dalam melayani transaksi dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 4.1% dan cukup baik sebesar 10.2%. Dengan demikian kemampuan pegawai dalam melayani transaksi tergolong dalam kriteria baik.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 89.8% menyatakan bahwa kemampuan pegawai dalam menjaga kerahasiaan dan keamanan rekening nasabah dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 9.2% dan cukup baik sebesar 1%. Dengan demikian kemampuan pegawai dalam menjaga kerahasiaan dan keamanan rekening nasabah tergolong dalam kriteria baik.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 59.2% menyatakan bahwa kesopanan pegawai melayani nasabah berada dalam kriteria baik, sedangkan selebihnya menyatakan sangat baik sebesar 31.6% dan cukup baik sebesar 9.2%. Dengan demikian kemampuan pegawai dalam menjaga kerahasiaan dan keamanan rekening nasabah tergolong dalam kriteria baik.

5.2.Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Nasabah Bank BJB

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 77.6% menyatakan setuju untuk menggunakan Bank BJB sebagai bank harian,

sedangkan selebihnya menyatakan sangat setuju sebesar 22.4%. Dengan demikian sebagian besar responden setuju untuk menggunakan Bank BJB sebagai bank harian. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 55.1% menyatakan setuju untuk menggunakan Bank BJB sebagai bank pribadi, sedangkan selebihnya menyatakan sangat setuju sebesar 39.8% dan ragu-ragu sebesar 5.1%. Dengan demikian sebagian besar responden setuju untuk menggunakan Bank BJB sebagai bank pribadi. menunjukkan sebagian besar responden yaitu 82.7% menyatakan setuju untuk menggunakan Bank BJB sebagai bank penunjang usaha, sedangkan selebihnya menyatakan sangat setuju sebesar 8.2% dan ragu-ragu sebesar 9.2%. Dengan demikian sebagian besar responden setuju untuk menggunakan Bank BJB sebagai bank penunjang usaha.

Penggunaan Antar Lini Jasa menunjukkan sebagian besar responden yaitu 90.8% menyatakan setuju untuk menggunakan di luar lini produk yang saat ini digunakan, sedangkan selebihnya menyatakan ragu-ragu sebesar 9.2%. Dengan demikian sebagian besar responden setuju untuk menggunakan Bank BJB sebagai bank penunjang usaha. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 85.7% menyatakan setuju untuk menambah penggunaan jasa yang saat ini digunakan, sedangkan selebihnya menyatakan sangat setuju sebesar serta ragu-ragu 5.1%, dan tidak setuju sebesar 4.1%. Dengan demikian sebagian besar responden setuju untuk menambah penggunaan jasa dari Bank BJB.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 45.9% menyatakan ragu-ragu untuk mengganti jenis yang saat ini digunakan, sedangkan selebihnya menyatakan setuju sebesar 37.8%, kurang setuju 12.2% dan tidak setuju sebesar 4.1%. Dengan demikian sebagian besar responden merasa enggan untuk mengganti jenis jasa yang digunakan saat ini. Tidak Terpengaruh Oleh Daya Tarik Pesaing menunjukkan sebagian besar responden yaitu 65.3% menyatakan setuju untuk tidak perduli akan daya tarik bank lainnya, sedangkan selebihnya menyatakan ragu-ragu sebesar 34.7%. Dengan demikian sebagian besar responden setuju atas ketidak perdulian terhadap daya tarik bank lainnya. menunjukkan sebagian besar responden yaitu 65.1% menyatakan setuju untuk tidak perduli akan

keunggulan bank lainnya, sedangkan selebihnya menyatakan ragu-ragu sebesar 35.7% dan kurang setuju sebesar 8.2%.

Dengan demikian sebagian besar responden setuju atas ketidak perdulian terhadap keunggulan bank lainnya. menunjukkan sebagian besar responden yaitu 46.9% menyatakan setuju untuk menolak keunggulan bank lainnya, sedangkan selebihnya menyatakan ragu-ragu sebesar 31.6% dan kurang setuju sebesar 21.4%. Dengan demikian sebagian besar responden setuju untuk menolak daya tarik bank lainnya.

Penciptaan Prospek

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 72.4% menyatakan setuju untuk menyarankan produk Bank BJB kepada keluarga, sedangkan selebihnya menyatakan sangat setuju sebesar 27.6%. Dengan demikian sebagian besar responden setuju untuk menyarankan produk Bank BJB kepada keluarga.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 62.2% menyatakan setuju untuk menyarankan produk Bank BJB kepada rekan, sedangkan selebihnya menyatakan sangat setuju sebesar 27.6% dan ragu-ragu sebesar 10.2%. Dengan demikian sebagian besar responden setuju untuk menyarankan produk Bank BJB kepada rekan. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yaitu 72.4% menyatakan setuju untuk menceritakan hal yang positif mengenai Bank BJB kepada orang lain, sedangkan selebihnya menyatakan sangat setuju sebesar 27.6%. Dengan demikian sebagian besar responden setuju untuk menceritakan hal positif mengenai Bank BJB kepada orang lain. Secara nyata berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, baik secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan jasa perbankan yang diberikan Bank BJB yang terdiri dari bukti langsung (tangible), perhatian (empathy), keandalan jasa (reliability), daya tanggap pegawai (responsiveness) dan jaminan (assurance) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung.

Berdasarkan uji regresi secara parsial diketahui bahwa dari kelima sub-variabel kualitas pelayanan jasa perbankan yang terdiri dari bukti langsung, perhatian, keandalan jasa, daya tanggap dan jaminan, yang paling memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah sub-variabel

jaminan (44.21%), sedangkan yang paling kecil pengaruhnya adalah sub-variabel bukti langsung (22.42%). Untuk sub-variabel lain, seperti perhatian (39.69%), keandalan (41.17%) dan daya tanggap (43.48%) masing-masing memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung. Adanya pengaruh yang dominan dari jaminan (44.21%) terhadap loyalitas nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung, secara mendasar disebabkan kebutuhan nasabah akan jaminan (assurance) yang berupa keamanan dalam menggunakan jasa yang diberikan pihak Bank BJB, selain itu juga prilaku para pegawai mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah sehingga pihak Bank BJB dapat menciptakan rasa aman bagi para nasabahnya dalam menggunakan jasa perbankan. Ditinjau dari sub-variabel daya tanggap (responsiveness) menunjukkan pengaruh yang dominan pada peringkat kedua setelah jaminan.

Dengan adanya pegawai yang berkeinginan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang tanggap akan berpengaruh baik pada loyalitas nasabah. Hal ini memberikan pengaruh sebesar 43.48% terhadap loyalitas nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung. Ditinjau dari sub-variabel keandalan (reliability) menunjukkan pengaruh dominan pada peringkat ketiga (41.17%) terhadap loyalitas nasabah. Keandalan jasa secara mendasar disebabkan oleh kebutuhan nasabah atas kemampuan memberikan pelayanan berkualitas dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap loyalitas nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung. Ditinjau dari sub-variabel rasa perduli pegawai (empathy) menunjukkan pengaruh yang tidak begitu dominan, atau peringkat kedua terendah dalam kontribusinya yaitu hanya sebesar 39.69% berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Pada dasarnya kemudahan melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian secara pribadi dan memahami kebutuhan nasabah yang diberikan oleh pegawai akan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung. Walaupun pengaruh tersebut tidak begitu besar, namun sub-variabel ini merupakan bagian dari kualitas pelayanan jasa perbankan yang telah diberikan oleh pihak Bank BJB. Bukti langsung (tangible) merupakan sub-variabel yang memiliki pengaruh yang

paling kecil terhadap loyalitas nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung. Kontribusinya hanya sebesar 22.42% terhadap loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan nasabah tidak hanya membutuhkan jaminan keamanan dalam menggunakan jasa (assurance), selain itu juga membutuhkan sarana atau fasilitas fisik berupa lokasi dan sarana parkir yang memadai, interior dan kenyamanan ruang serta penampilan pegawai.

5.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BJB

Berdasarkan hasil analisis secara simultan dengan menggunakan metode regresi ganda, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan jasa perbankan yang terdiri dari bukti langsung, perhatian, kendalan jasa, daya tanggap dan jaminan secara bersama-sama berpengaruh sangat kuat terhadap loyalitas nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung sebesar 74.8%. Bentuk pengaruh yang baik antara kualitas pelayanan jasa perbankan terhadap loyalitas nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi yang berada pada kategori sangat kuat (sesuai tabel nilai koefisien korelasi).

Secara umum adanya penaruh antara kualitas pelayanan jasa perbankan yang diberikan pada nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung dikarenakan pada bisnis jasa, kualitas pelayanan kedudukannya sangat penting untuk menjamin loyalitas nasabah. Hal ini diperkuat oleh Barnes (2003:41) yang menyatakan bahwa meningkatnya nilai yang diterima pelanggan dalam setiap interaksinya dengan perusahaan/ bank akan memungkinkan meningkatnya ketahanan pelanggan (nasabah) yang lebih tinggi. Ketika nasabah bertahan karena merasa nyaman dengan nilai dan kenyamanan yang mereka dapat maka mereka.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, maka dapat diambil suatu simpulan sebagai berikut : Secara simultan, kualitas pelayanan jasa perbankan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap loyalitas nasabah Bank BJB pada kantor cabang pembantu Ujung Berung. Sehingga dari masing-masing sub-variabel dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bukti langsung (tangible) pelayanan Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung berpengaruh cukup kuat terhadap loyalitas nasabah.

2. Keperdulian terhadap nasabah (empathy) yang diberikan oleh pegawai Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung berpengaruh kuat terhadap loyalitas nasabah.
3. Keandalan jasa (reliability) Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung berpengaruh kuat terhadap loyalitas nasabah.
4. Daya tanggap pegawai pada nasabah (responsiveness) Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung berpengaruh kuat terhadap loyalitas nasabah.
5. Jaminan (assurance) yang diberikan Bank BJB kantor cabang pembantu ujung Berung berpengaruh kuat terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah yang tercipta ini didukung oleh faktor pelayanan berkualitas yang diberikan secara optimal pada nasabah Bank BJB kantor cabang pembantu Ujung Berung. Jaminan atas keamanan dan rasa nyaman (assurance) memiliki kontribusi yang paling kuat terhadap terbentuknya loyalitas nasabah, sedangkan bukti langsung berpengaruh cukup kuat terhadap terbentuknya loyalitas nasabah. akan lebih loyal terhadap bank, meningkatkan intensitas penggunaan jasa dan merekomendasikan pada teman dan keluarga mereka.

7. Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. (2006). Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI). Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Abdurahman, Arif. (2010). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Pendidikan. Jurnal. Padang: STIE Darma Andalas.
- Bank BJB. (2009). Annual Report : Buku Laporan Periode 2008/2009. Bandung.
- Barlian, Ujang Cepi. (2005). Manajemen Strategik. Edisi ke Empat. Bandung: Penerbit Pustaka Khalifa Cendikia.
- Dedy, Irfan (2010). Statistika I. Jurnal. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Griffin, Jill. (2005). Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih bahasa Dwi Kartika Yahya. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gunawan, Gun Gun. (2010). Modul Pengolahan Data Menggunakan SPSS. Bandung. Tim Lab Statistik UniversitasAl-Ghfari Bandung.

- Hannie. (2010). Analisi Kemanan Sistem dan Kualitas Pelayanan Dengan Metode Customer Satisfaction Index. Jurnal. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Hikmat, Mahi M. (2007). Karya Ilmiah dan Metode Penelitian. Bandung: Penerbit LPPM UniversitasAl-Ghfari.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. (2002). Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. (2008). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi Ke-8. Jakarta: Penerbit Rajawali Grafindo Persada.
- Khotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. (2007). Manajemen Pemasaran, Edisi ke-12, Jilid I dan II. Alih bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Lim, Arpan. (2010). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Atas Kinerja Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan di Braga City Walk. Skripsi. Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan.
- Mursid, M. (2006). Manajemen Pemasaran. Cetakan Ke-4. Jakarta: Penerbit BumiAksara.
- Nurjanah. (2008). Modul Pelatihan SPSS (Statistical Pacekage for The Social Sciences).Malang. Universitas Brawijaya.
- Payne, Adrian. (2009). The Essence of Service Marketing: Pemasaran Jasa. Alih bahasa Fandy Tjiptono. Yogyakarta: PenerbitAndi.
- Purnamasari, Monika. (2004). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasa Nasabah Pada Bank BNI Bandung. Desertasi. Pasca Sarjana Universitas Padjajaran. Bandung.
- Stanton, William J. 1996. Prinsip Pemasaran (terjemahan). Edisi 7, Jilid 1. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Sudjana. (2005). Metode Statistika. Edisi 6. Bandung: Penerbit Tarsito
- Sugiyono. (2008). Metodelogi Penelitian Bisnis. Bandung: PenerbitAlfabet.
- Sugiyono. (2009). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: PenerbitAlfabet.
- Supranto, J. (2007). Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran Edisi Ke-7. Jakarta: PenerbitAsdi Mahasatya.
- Tjiptono, Fandy. (2006). Pemasaran Jasa. Edisi Pertama.Cetakan Kedua. Malang: Penerbit Bayu Media.
- Turyandi, Itto. (200X). Analisis. Desertasi. Universitas Pasundan Bandung.
- Umar, Husein. (2002). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Widjaja, Bernard T. (2009). Lifestyle Merketing : Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa dan Lifestyle. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.