BAB V

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang, (2) pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang, (3) pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan (bersama-sama) terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang. Penelitian ini diolah menggunakan *software program SPSS 16.0*. Dalam penelitian ini pengujian sampel menggunakan uji statistik parametrik dengan metode analisis regresi berganda.

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang

Berdasarkan pengujian data, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang. Signifikan disini maksudnya adalah kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan loyalitas nasabah. Hasil koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tersedianya kualitas pelayanan yang baik dan

sesuai keinginan nasabah maka secara tidak langsung akan mempengaruhi loyalitas nasabah Bank BRI Syariah KCP Jombang, begitu pun sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik maka nasabah akan berpikir dua kali untuk melakukan transaksi kembali yang mana hal ini menjadikan nasabah tidak loyal atau tidak setia terhadap lembaga yang bersangkutan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sehingga nasabah akan terus datang untuk melakukan transaksi ulang sehingga Bank BRI Syariah KCP Jombang pun akan semakin maju.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keberhasilan Bank BRI Syariah KCP Jombang dalam berusaha mempertahankan nasabah lama dan mencari nasabah baru. Sistem pelayanan harus didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai, dan etika bisnis yang sesuai dengan norma-norma keIslaman agar nasabah tetap loyal kepada Bank BRI Syariah KCP Jombang. Kualitas kinerja pelayanan terbaik dan *professional* dalam melayani nasabah menjadi ukuran penilaian nasabah dalam memutuskan loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang.

Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.[56] Kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah karena nasabah merasa puas secara pribadi dan memiliki kesan yang baik terhadap pelayanan yang ada akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap

[56] J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)

lembaga yang bersangkutan. Nasabah yang tidak loyal biasanya disebabkan oleh pelayanan yang kurang berkesan saat pertama kali melakukan transaksi, atau karena adanya penurunan kualitas pelayanan dari lembaga bersangkutan jauh di bawah apa yang sebenarnya diharapkan nasabah.

Hasil penelitian ini dapat dikaitkan dengan teori yang diungkapkan Kasmir dalam bukunya mengenai ciri pelayanan yang baik. Dalam mempertahankan nasabah lama dan menarik calon nasabah baru suatu perusahaan harus mempersiapkan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik memiliki ciri sebagai berikut:

1. Tersedia sarana prasarana yang baik

   Untuk melayani nasabah satu hal yang sangat penting dan harus diperhatikan adalah adanya sarana dan prasarana yang memadai yang disediakan oleh bank.

2. Tersedia karyawan yang baik

   Selain sarana dan prasarana yang memadai, karyawan juga menjadi salah satu hal yang tak luput menjadi perhatian dalam suatu bank atau perusahaan. Karyawan yang ada harus sopan, ramah, dan juga baik sehingga nasabah betah mau bertransaksi kembali.

3. Bertanggung jawab kepada nasabah

   Dalam melayani nasabah, karyawan harus dapat melayani dari awal sampai permasalahan tuntas. Nasabah akan merasa puas dalam

bertransaksi apabila karyawan dapat menyelesaikan pelayanan yang diberikan dari awal sampai akhir.

4. Mampu melayani dengan cepat dan tepat

   Pelayanan yang diberikan oleh karyawan harus sesuai dengan prosedur yang ada. Maksud dari melayani dengan cepat dan tepat adalah dalam memberikan pelayanan karyawan harus memiliki standar waktu normalnya sendiri.

5. Mampu berkomunikasi

   Karyawan diharapkan bisa berbicara dan berkomunikasi yang baik dengan nasabah. Karyawan harus dapat memahami dengan cepat dan tepat apapun keluhan dan keinginan nasabah.

6. Memberi jaminan kerahasiaan setiap nasabah

   Karyawan harus dapat menjaga kerahasiaan data nasabah dari siapapun karena dengan begitu ia juga sudah menjaga kerahasiaan bank tempatnya bekerja.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

   Karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang sesuai dengan bidangnya. Hal ini karena karyawan akan menemui nasabah dengan tingkah yang berbeda-beda.

8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

   Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan nasabah. Karyawan yang terlalu lama dalam merespon kebutuhan nasabah, akan cenderung ditinggalkan karena dirasa tidak cekatan.

9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank bersangkutan. Disisi lain, perusahaan harus tetap bisa mempertahankan kepercayaan nasabah lama agar nantinya tidak meninggalkan perusahaan.

Bank BRI Syariah KCP Jombang sudah memiliki standar kualitas pelayanan yang baik jika didasarkan pada teori diatas. Hal yang paling mudah dilihat yaitu berdasarkan ketersediaan sarana prasarana yang ada. Nasabah cenderung akan lebih merasa betah saat menunggu pelayanan apabila perusahaan/bank menyediakan sarana prasarana seperti ruang yang bersih, ber-*AC*, memiliki tempat sampah dan yang terpenting tersedia bangku untuk duduk. Selain itu tersedianya karyawan yang baik entah dari sisi kinerjanya atau sisi penampilannya akan membuat nasabah merasa bahwa perusahaan/bank tidak asal-asalan dalam memberikan pelayanan. Selain sarana prasarana dan karyawan yang memang kasat mata bisa mempengaruhi penilaian nasabah terhadap pelayanan yang disediakan oleh bank, sikap karyawan yang sigap dalam merespon kebutuhan nasabah dan segera menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat juga menjadi penilaian atas bagaimana kualitas pelayanan yang dimiliki suatu perusahaan. Hal-hal tersebut jelas ada dan sudah terlaksana di Bank BRI Syariah KCP Jombang. Tak ayal tiap tahunnya jumlah nasabah pun selalu bertambah karena nasabah merasa puas dan nyaman dalam bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian milik Aris Irnandha[57], yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,246 atau sebesar 24,6%, yang mana bisa diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 24,6%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 75,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian tersebut. Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan karena apabila pelanggan merasa puas dan memiliki kesan yang positif terhadap pelayanan yang diberikan maka akan memiliki loyalitas tinggi terhadap perusahaan tersebut.

B. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang

Berdasarkan pengujian data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang. Signifikan disini adalah citra perusahaan sangat berhubungan dengan loyalitas nasabah. Hasil koefien regresi variabel citra perusahaan bernilai positif menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa dengan citra perusahaan yang baik, nasabah maupun calon nasabah cenderung tertarik untuk melakukan transaksi. Selain itu loyal tidaknya konsumen pada suatu produk atau jasa yang ditawarkan

[57] Aris Irnandha, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Penggiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta).*

bisa dilihat dari sikap konsumen itu sendiri. Apabila citra suatu perusahaan sudah tertanam dengan kuat dalam benak konsumen, maka hal ini akan berdampak pada sikap konsumen. Apabila citra suatu perusahaan baik maka konsumen akan sangat bangga karena telah menjadi salah satu yang menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan dengan citra yang dikenal baik dan memuaskan.

Citra perusahaan berpengaruh dalam keberhasilan Bank BRI Syariah KCP Jombang dalam mempertahankan nasabah lama dan berusaha menarik nasabah baru. Citra perusahaan dalam bank harus didukung oleh adanya persepsi positif dari nasabahnya, dengan adanya persepsi tersebut bank cenderung mampu mempertahankan nasabah lama, sehingga nasabah memiliki kemungkinan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Hasil penelitian ini dapat dikaitkan pada teori milik Anggoro dalam bukunya, bahwa citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, yang mana tidak hanya sekedar mencakup citra produk dan pelayanannya saja. Hal-hal yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah perusahaan yang baik, keberhasilan-keberhasilan yang pernah diraih, reputasi sebagai pencipta lapangan pekerjaan, kesediaan dalam memikul tanggung jawab sosial, dan sebagainya.[58] Selain itu citra perusahaan juga dapat digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi.

[58] M Linggar Anggoro, *Teori…*, hal. 59

Freddy Rangkuti dalam bukunya menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap citra perusahaan, antara lain:[59]

1. Penampilan fasilitas fisik

   Fasilitas fisik suatu perusahaan ataupun suatu produk yang memadai, harus menjadi pemikiran awal agar dapat menarik dan mempertahankan konsumen. Saat perusahaan menyediakan fasilitas yang baik dan memadai bagi konsumen, maka akan tercipta pemikiran bahwa perusahaan tersebut siap untuk melayani kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya. Sehingga dengan kesan tersebut konsumen akan bertransaksi kembali karena merasa puas dengan fasilitas yang ada.

2. Layanan karyawan dan jaminan atas layanan yang berkualitas

   Pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah atau pelanggan harus sesuai dengan etika dan prosedur yang ada sehingga nasabah merasa nyaman dan terjamin dalam melakukan suatu transaksi. Pelayanan yang baik dan sesuai prosedur lebih mempengaruhi persepsi masyarakat akan citra suatu perusahaan sehingga nasabah atau pelanggan akan merasa puas dan mau melakukan transaksi kembali nantinya.

3. Kualitas dan keterandalan produk

   Kualitas suatu produk yang diberikan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen. Konsumen

[59] Freddy Rangkuti, *Teknik Mengukur…*, hal.44

akan sangat jeli dalam memilih bagaimana kualitas suatu produk yang akan dibelinya. Hal ini sendiri karena dalam melakukan transaksi baik konsumen maupun perusahaan tidak mau merasa dirugikan. Konsumen akan memilih produk terbaik dari suatu perusahaan agar rasa puas akan kebutuhannya terpenuhi.

4. Harga yang ditawarkan

   Dalam teori pemasaran 4P (*pricing, promotion, product, place*), harga merupakan salah satu hal yang sangat dipertimbangkan. Citra suatu perusahaan sendiri dapat terbentuk dengan strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi guna mempertahankan citra prestisius, dan menetapkan harga rendah untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*).

5. Komitmen organisasi

   Komitmen organisasi yang dimiliki oleh setiap pegawai mempengaruhi citra suatu perusahaan. Dengan komitmen yang baik maka akan menimbulkan persepsi baik pada pelanggan sehingga dapat membangun kesan bahwa perusahaan tersebut memiliki citra yang baik.

Citra Bank BRI Syariah KCP Jombang di mata masyarakat sudah cukup baik. Tak hanya berfokus pada pelayanannya saja, citra produk yang dimiliki Bank BRI Syariah KCP Jombang cenderung baik di mata nasabah/masyarakat. Melihat pada ketersediaan salah satu produk yaitu tabungan haji yang merupakan salah satu produk unggulan yang

ditawarkan, yang mana bukan hanya nasabah tetap Bank BRI Syariah KCP Jombang saja yang menabung, namun nasabah baru yang hanya berkepentingan untuk menabung haji pun lebih tertarik untuk bertransaksi di Bank BRI Syariah KCP Jombang. Kemudahan dalam bertransaksi yang diberikan oleh Bank BRI Syariah KCP Jombang kepada nasabahnya pun membuat nasabah berfikir untuk kembali melakukan transaksi ulang. Hal ini berdampak pada persepsi nasabah bahwa dengan melakukan transaksi di Bank BRI Syariah KCP Jombang apa yang diinginkan oleh nasabah akan terpenuhi, yang nantinya akan menciptakan citra baik di bank yang bersangkutan karena pola pikir atau persepsi nasabah itu sendiri.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian milik Dewa Ayu Putu Eka Kardani dan Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat[60] yang menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini terlihat dari nilai sig. lebih kecil dari nilai probabilitas (0,000<0,005). Citra perusahaan muncul berdasarkan pengalaman masyarakat menggunakan barang atau jasa dari suatu perusahaan. Citra merupakan representasi penilaian-penilaian konsumen, baik konsumen yang potensial maupun yang kecewa, termasuk juga diantaranya para pemasok, agen, maupun investor.[61]

Dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara faktor-faktor yang ada dalam citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah

[60] Dewa Ayu Putu Eka Kardani dan Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat, *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. BPR Jaya Kerti Mengwi Badung*,

[61] Farida Jasfar, *Manajemen…*, hal.184.

KCP Jombang, karena baik buruknya citra suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan pendapat Adriasan Sudarso dalam bukunya bahwa citra perusahaan secara akurat akan mencerminkan tingkat komitmen organisasi terhadap kualitas, keunggulan, dan hubungan dengan pelanggan loyal dan potensial karyawan dan staf dimasa depan, pesaing, mitra, dan masyarakat pada umumnya, dalam hal ini citra perusahaan membantu memfasilitasi pengetahuan konsumen pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu dan mengurangi ketidakpastian.[62]

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat diketahui bahwa semua variabel independen yang diteliti yaitu kualitas pelayanan dan citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah, baik menggunakan uji T atau secara parsial (masing-masing) maupun menggunakan uji F atau secara simultan (bersama-sama). Apabila dilihat dari uji hipotesis secara simultan (Uji F), dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah.

Dengan upaya menyediakan kualitas pelayanan yang baik misalnya melalui ketersediaan sarana prasarana yang memudahkan nasabah dan kesigapan petugas saat melayani kebutuhan nasabah, hal ini dapat

[62] Andriasan Sudarso, *Manajemen Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hal 50.

menaikkan citra perusahaan. Citra perusahaan meningkat saat nasabah merasa puas dan bangga telah menggunakan produk atau jasa yang ada di Bank BRI Syariah KCP Jombang. Loyalitas nasabah pun akan meningkat saat citra perusahaan meningkat dengan disertai peningkatan kualitas pelayanan yang semakin baik.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembeli. Mempertahankan loyalitas nasabah merupakan cara yang lebih efisien daripada harus mencari nasabah. Mempertahankan loyalitas nasabah dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain dengan meningkatkan kinerja sumber daya manusia dalam hal ini adalah karyawan agar menumbuhkan rasa percaya akan kemampuan suatu lembaga keuangan yang pada akhirnya nasabah akan merasa puas.[63] Loyalitas dapat disebut juga sebagai komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan secara terus menerus. Dalam berlangganan secara terus menerus sifat bertahan akan muncul dengan sendirinya. Sehingga loyalitas lebih ditujukan pada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Loyalitas pelanggan bisa didefinisikan sebagai suatu kecenderungan emosi terhadap suatu produk. Hal ini

[63] Evi Okatviani Satriyanti, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya*, dalam Journal of Business and Banking Vol.2, No.2, November 2012.

mengacu pada segi afektif, emosi ini didapat oleh pelanggan dari pengalamannya akan suatu produk atau informasi dari orang lain.[64]

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang adalah kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Dengan penerapan kualitas pelayanan yang baik dan professional yang dimiliki tiap karyawan Bank BRI Syariah KCP Jombang, diharapkan loyalitas nasabah akan tetap bertahan dan terus meningkat dengan didukung dengan citra perusahaan yang positif di benak nasabah maupun masyarakat sekitar.

[64] Nitya Satwasti Winanto dan Sri Roekminiati, *Hubungan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Pegadaian Syariah (PERSERO) Cabang Babakan Surabaya*.