

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH TAPLUS BNI
CABANG SOLOK, TESIS PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG,**

Oleh : Dedi Setiawan, Erni Masdupi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI Cabang Solok, (2) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk menentukan hubungan sebab-akibat dari suatu fenomena atau pemecahan masalah yang diteliti untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Taplus BNI Cabang Solok yang tercatat sejumlah 13.197 nasabah. Jumlah sampel dari populasi tersebut berjumlah 201 nasabah diambil menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner yang disusun berupa pertanyaan mempunyai lima alternatif jawaban dengan menggunakan *Skala Likert*. Data dianalisis dengan deskripsi, uji normalitas, uji homogenitas, analisis jalur dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menggambarkan : (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI Cabang Solok, (2) Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI Cabang Solok, (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok, Kepuasan Nasabah memperkuat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah. (4) Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok. Kepuasan Nasabah memperkuat pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah. (5) Kepuasan Nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

1. PENDAHULUAN

Bank merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang

jasa keuangan sektor perbankan. Perkembangan dunia perbankan yang pesat saat ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar bank untuk

berkompetisi menarik nasabah dengan memberikan produk perbankan yang beraneka ragam dan berkualitas. Untuk memenangkan persaingan setiap organisasi atau penyedia jasa perbankan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

Aktivitas utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Perbankan Indonesia memiliki banyak produk yang ditawarkan, seperti simpanan masyarakat berupa giro, deposito, tabungan. Dalam bentuk kredit berupa kredit produktif, kredit konsumtif, kartu kredit. Dalam bentuk jasa berupa layanan transaksi perbankan, cash management, bancassurance, valuta asing, perbankan elektronik, fasilitas ekspor impor dan bank garansi.

Produk simpanan yang ada di Bank BNI adalah giro, deposito, dan tabungan. Jenis produk berdasarkan mata uang berupa giro dalam mata uang rupiah

dan dollar, produk deposito berupa deposito dalam mata uang rupiah dan dollar dan produk tabungan dalam mata uang rupiah dan dollar. Produk tabungan yang dimiliki BNI adalah Tabunganku, BNI Tabungan Pelajar dan Mahasiswa (Tapma), BNI Tabungan Pegawai (Tappa), Tabungan TKI Plus, Tabungan BNI Haji, Emerald Saving dan BNI Tabungan Plus (Taplus) yang terdiri dari Taplus, Taplus Bisnis, Taplus Muda dan Taplus Anak.

Produk tabungan merupakan produk yang menjadi primadona dalam usaha perbankan karena merupakan sumber dana yang lebih murah dimana biaya dana yang dikeluarkan lebih rendah hal ini disebabkan karena tingkat bunga yang diberikan tidak setinggi simpanan berjangka. Dengan kondisi tersebut bank-bank berusaha untuk melakukan penghimpunan dana tabungan masyarakat sebesar-besarnya dengan upaya pemberian layanan yang prima kepada nasabah dan memberikan fitur-fitur produk tabungan yang berkualitas, seperti akses layanan 24 jam melalui ATM, internet banking, SMS Banking, phone banking dan mobile banking dengan demikian memiliki kebebasan bertransaksi kapan saja dan dimana saja tanpa perlu harus datang ke bank.

Pengertian Tabungan menurut UU perbankan No. 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lain yang dipersamakan dengan itu. Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Simpanan dalam bentuk tabungan adalah salah satu simpanan yang diperlukan oleh masyarakat untuk menyimpan uangnya, karena merupakan jenis simpanan yang dapat dibuka dengan persyaratan yang sangat mudah dan sederhana. (Ismail, 2010).

Dalam meningkatkan penghimpunan dana tabungan pada BNI Cabang Solok, salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menawarkan produk berkualitas yang dapat memenuhi kepuasan nasabah, sebab dengan produk yang sesuai dengan manfaat dan dapat memenuhi harapan nasabah maka akan dapat meningkatkan nilai tambah dari produk yang ditawarkan. Dengan pentingnya peranan produk yang ditawarkan, maka salah satu jenis produk andalan untuk tabungan di BNI adalah

produk Tabungan Plus BNI (Taplus BNI).

Produk Tabungan Plus (Taplus) merupakan produk yang dapat dikatakan sebagai produk utama atau inti untuk tabungan di BNI karena paling banyak dimanfaatkan/digunakan oleh nasabah. Produk BNI Taplus merupakan salah satu produk unggulan Bank BNI yang berbasis tabungan yang dipasarkan kepada nasabah guna dapat meningkatkan jumlah nasabah dan penghimpunan dana, dengan fitur-fitur sebagai berikut : suku bunga progresif dengan tingkat bunga yang menarik, bunga dihitung atas dasar saldo rata-rata harian, dapat melakukan setoran dan penarikan tunai secara online di seluruh Cabang BNI, setoran dan penarikan dapat dilakukan melalui BNI ATM (Automatic Teller Machine) dan CDM (Cash Deposit Machine), diikutsertakan dalam Program Undian Berhadiah, mendapatkan fasilitas BNI Card untuk bertransaksi di ATM, BNI Phone Banking, BNI SMS Banking dan BNI Internet Banking.

Untuk melihat jumlah nasabah Tabungan Plus (Taplus) BNI Cabang Solok terdapat pada Tabel 1.

Tabel1

Jumlah Nasabah Tabungan Plus (Taplus)

BNI Cabang Solok Tahun 2011 – 2014

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Perkembangan	Pertumbu
1.	2011	17.089	-	
2.	2012	19.093	2.004	1
3.	2013	18.954	-139	.
4.	2014	13.197	-5.757	-3

Sumber : Diolah Executive Information System BNI

Berdasarkan Tabel1 dapat dilihat bahwa selama empat tahun terakhir pertumbuhan nasabah mengalami fluktuasi, dimana pada tahun 2011 ke tahun 2012 mengalami pertumbuhan sebesar 11,72 %, tahun 2012 ke tahun 2013 mengalami penurunan pertumbuhan sebesar -0,73 % dan pada tahun 2013 ke tahun 2014 mengalami penurunan pertumbuhan sebesar minus 30,37 %. Dengan adanya pertumbuhan nasabah yang menurun, maka dapat diidentifikasi bahwa terdapat nasabah BNI Cabang Solok yang tutup buku ataupun pindah ke bank lain.

Turunnya jumlah nasabah diindikasikan terjadinya penutupan rekening, hal ini berkaitan dengan tingkat kepuasan yang rendah.

Terciptanya kepuasan pelanggan atau nasabah dapat menjadikan hubungan antar penyedia jasa dengan pelanggannya harmonis, yang selanjutnya akan menciptakan loyalitas pelanggan dan akhirnya menguntungkan bagi perusahaan. Keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada sistem, jasa kualitas pelayanan dan kualitas produk yang sesuai dengan lingkungan perusahaan, dan kemampuan yang dimiliki para petugas dalam menjalankan sistem dengan baik, memberikan pelayanan dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Dengan sistem dan layanan yang berkualitas, maka nasabah akan merasa puas sehingga akan mempertahankan dan menciptakan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

Fenomena yang ditemui di BNI Cabang Solok yang berkaitan dengan layanan adalah : waktu antrian untuk bertransaksi di *teller* dan *customer service* yang masih cukup lama (30 – 60 menit), kecepatan (*speed*) proses transaksi pada *teller* dan *customer service* masih lambat, penanganan komplain/keluhan nasabah masih melewati *service level agreement* (SLA), ruang parkir kendaraan yang tidak memadai,

gangguan pada jaringan sistem online antar cabang yang masih terjadi, juga ditemukan jam buka dan jam tutup kas yang tidak konsisten.

Pelaksanaan sistem pelayanan yang baik memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan akan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pihak perbankan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan nasabah. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, yang memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan memiliki perhatian yang lebih, maka konsumen akan merasa puas dan akan menciptakan loyalitas nasabah.

Dari sistem pelayanan yang diberikan oleh Bank BNI dan dengan produk yang berkualitas diharapkan nasabah akan merasa puas, sehingga loyal terhadap bank ini dan selanjutnya nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah loyal maka yang diharapkan oleh Bank adalah perekomendasi kepada rekannya yang lain untuk menggunakan produk Taplus BNI cabang Solok, dan

meningkatkan portofolio penggunaan layanan bank.

Pada dasarnya, jenis produk yang ditawarkan setiap bank relatif sama, yang membedakannya adalah bagaimana sebuah bank dapat memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang bernilai dan memuaskan bagi para nasabah dibandingkan para pesaing sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal. Nasabah yang loyal ini merupakan aset tidak ternilai dalam perusahaan, karena karakteristik dari konsumen yang loyal Griffin (2002:31) antara lain (1) melakukan pembelian ulang secara teratur (*repeat purchase*), (2) membeli diluar lini produk / jasa, (3) mengajak orang lain (*referrals*), (4) menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan (tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya / *retention*).

Kualitas produk Taplus BNI sebagai produk andalan untuk tabungan yang ditawarkan memiliki peranan yang strategis dalam rangka menciptakan kepuasan nasabah yang berujung kepada terciptanya loyalitas. Untuk itu maka produk tabungan harus dirancang sedemikian rupa sehingga layanan perbankan yang dibutuhkan nasabah

untuk mengakomodir aktivitas keuangan dan nilai tambah yang diterima dalam penempatan dana nasabah dapat terakomodasi dalam produk Taplus BNI.

Sementara itu untuk permasalahan pada produk Taplus di BNI dijumpai : Masih terdapat gangguan jaringan layanan ATM sehingga tidak bisa digunakan untuk bertransaksi. Tampilan buku yang masih kurang menarik dan tampilan Kartu ATM yang harus dibuat lebih menarik. Juga ditemukan kejadian penggadaan kartu dan PIN ATM sehingga dana nasabah dapat diambil pihak lain. Dalam jumlah saldo tertentu jumlah uang akan berkurang karena pengembangan yang diperoleh tidak dapat menutupi biaya administrasi bulanan dan biaya dibawah saldo minimum. Program undian Taplus yang tidak begitu diterima oleh masyarakat. Tingkat pengembangan dana yang masih kurang menarik bagi nasabah. Internet banking belum banyak digunakan oleh nasabah karena penggunaan dan fitur-fiturnya yang tidak familiar bagi nasabah.

2. KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Tjiptono, (2006:61), menyatakan kualitas sebagai persepsi pelanggan

terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkenaan dengan maksud yang diharapkan.

Model kualitas layanan perbankan yang populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *servqual* (*service quality*). Dalam model *servqual*, Berry, Zeithaml dan Parasuraman (1985) mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan superioritas suatu layanan sedangkan kepuasan nasabah adalah respon dari penilaian tersebut. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan. Hal ini disebabkan karena layanan perbankan mempunyai karakteristik *variability*.

Rangkuti, (2006:28) kualitas layanan atau jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan.

Kualitas Produk

Produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya

memberikan manfaat dan kepuasan, yang termasuk dalam hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide (Cravens, 1998). Menurut Eka Ardianto (1999) menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan pelengkap inovasi yang terbaik. Dalam hal ini perusahaan berusaha menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakannya. Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan dalam bersaing dan bertahan lama (Cravens, 1998)

Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang, (Kotler dan Keller, 2009:177)

Menurut Simamora (2003) kepuasan adalah pernyataan perasaan setelah membandingkan harapan setelah membeli dan kenyataan yang dialami setelah menggunakan atau mengkonsumsi produk. Sedangkan

Rangkuti (2006;30) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Menurut Parasuraman *et al.* (1993) kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Nasabah selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Kotler (2000); Berry dan Parasuraman (1993) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

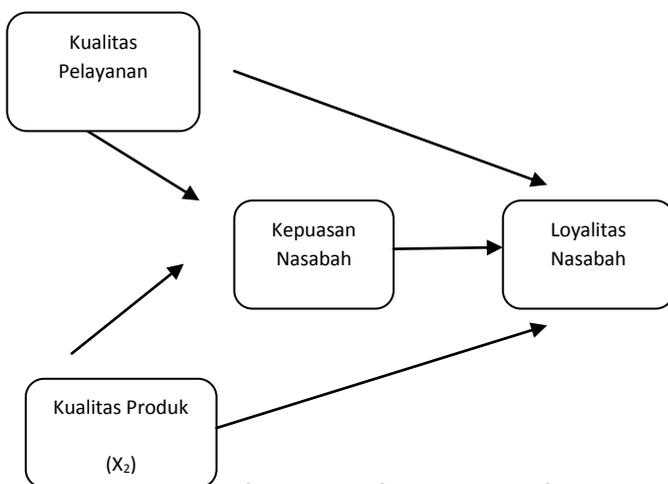
Loyalitas Nasabah

Menurut Subagyo (2010:13), loyalitas nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh

nasabah. Istilah loyalitas sudah sering diperdengarkan oleh pakar *marketing* maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetapi menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya.

Selanjutnya Dick dan Basu dalam Umar (2003:16) mengemukakan bahwa: "Loyalitas nasabah sebagai komitmen nasabah terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten."

Selanjutnya untuk lebih memudahkan penelitian dan pembahasan, maka peneliti mengemukakan bagan atau skema yang akan dijadikan sebagai pedoman dalam penelitian ini. Secara sistematis model penelitian dalam penulisan ini digambarkan dalam kerangka konseptual seperti gambar berikut :



Gambar Kerangka Konseptual

1. METODE PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, jenis penelitian yang digunakan adalah kausatif yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk menentukan hubungan sebab-akibat dari suatu fenomena atau pemecahan masalah yang diteliti untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan metode tersebut, peneliti ingin mengungkapkan sejauh mana "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok" dan juga menemukan ada atau tidaknya hubungan atau pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Taplus BNI Cabang Solok. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Taplus di BNI Cabang Solok yang tercatat pada tahun 2014 sejumlah 13.197 nasabah.

Sampel penelitian dipilih berdasarkan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2008) dengan tingkat kesalahan pengambilan keputusan

dianggap 7% sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 201 nasabah.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sebelum menggunakan analisis jalur, dilakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Dari uji normalitas diperoleh hasil bahwa data terdistribusi normal yaitu Loyalitas nasabah sebesar 0,105, Kualitas Pelayanan 0,128, Kualitas Produk 0,061 dan Kepuasan Nasabah 0,242. Hal ini berarti skor masing-masing variable lebih besar dari taraf signifikansi 0.05. Dengan demikian dapat diartikan bahwa data semua variabel berasal dari sampel yang berdistribusi normal.

Dari uji homogenitas diperoleh hasil bawah data homogenitas yaitu Loyalitas Nasabah sebesar 0,300, Kualitas Pelayanan 0,215, Kualitas Produk 0,619 dan Kepuasan Nasabah 0,134. Hal ini berarti skor masing-masing variable lebih besar dari taraf signifikansi 0.05. Dengan demikian dapat diartikan bahwa data semua variabel berasal dari sampel yang homogen sehingga analisis jalur dapat dilakukan.

Tabel 2 berikut ini menyajikan hasil analisis jalur pengaruh variabel

kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan nasabah (X_3) Taplus BNI cabang Solok.

Tabel 2.

Koefisien Jalur Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

No.	Variabel	Koefisien Jalur	t_{hitung}	Sig.
1.	Kualitas Pelayanan(X_1)	0,348	5,295	0,000
2.	Kualitas Produk (X_2)	0,192	2,913	0,004
F hitung = 22,962 $R^2 = 0,188$				0,000 ^b

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Taplus BNI Solok. Koefisien determinasi yang diperoleh dalam perhitungan ini

yaitu sebesar 0,188. Dengan demikian pengaruh variabel lain terhadap kepuasan nasabah selain variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk, dapat dihitung sebagai berikut :

$$P_{X_3\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{X_1X_2}}$$

$$P_{X_3\varepsilon} = \sqrt{1 - 0,188}$$

$$P_{X_3\varepsilon} = 0,901$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat kita ketahui bahwa besarnya kontribusi variabel lain terhadap kepuasan nasabah Taplus BNI Solok adalah sebesar 90,10 %

$$Py\epsilon = \sqrt{1 - R^2_{x_1x_2x_3}}$$

$$Py\epsilon = \sqrt{1 - 0,530}$$

$$Py\epsilon = 0,6851$$

Hasil analisis jalur pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan kepuasan nasabah (X_3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) disajikan dalam Tabel 3.

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat kita ketahui bahwa besarnya kontribusi variabel lain terhadap kepuasan nasabah Taplus BNI Solok adalah sebesar 68,50 %.

Tabel 3.

Koefisien Jalur Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

No	Variabel	Koefisien Jalur	t _{hitung}	Sig
1.	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,519	11,552	0,000
2.	Kualitas Produk (X_2)	0,112	2,177	0,031
3.	Kepuasan Nasabah (X_3)	0,247	2,720	0,007
F _{hitung} = 73,969 R ² = 0,530				0,000 ^b

Selanjutnya prosentase pengaruh langsung dan tidak langsung variabel-variabel penelitian di atas terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Solok disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4

Rekapitulasi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Taplus BNI Solok. Koefisien determinasi yang diperoleh dalam perhitungan ini yaitu sebesar 0,530. Dengan demikian pengaruh variabel lain terhadap loyalitas nasabah selain variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah, dapat dihitung sebagai berikut :

No.	Uraian	%	%
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) secara langsung	26,93	
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) melalui Kepuasan Nasabah (X_3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	4,46	
Jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung Variabel Kualitas Pelayanan			31,39
3.	Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) secara langsung	1,25	
4.	Pengaruh Kualitas Produk (X_2) melalui Kepuasan Nasabah (X_3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	0,53	
Jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung Variabel Kualitas Produk			1,78
5.	Pengaruh Langsung Kepuasan Nasabah (X_3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	6,10	6,10
6.	Pengaruh variabel-variabel lain terhadap Y	60,73	60,73
Jumlah		100,00	100,00

Uji Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis dari penelitian ini diperoleh bahwa:

1. Hipotesis Pertama : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI Cabang Solok

Hipotesis pertama penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok. Berdasarkan uji t pada tabel 4.14 diketahui bahwa nilai t hitung 5.295 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang digunakan untuk penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka tingkat signifikansi hitung lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Taplus di BNI Cabang Solok.

2. Hipotesis Kedua : Terdapat Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok

Hipotesis kedua penelitian ini adalah Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan

Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok. Berdasarkan uji t sebagaimana terlihat pada Tabel 4.14 diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2.913 dengan nilai signifikan sebesar 0,004. Jika dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka terbukti bahwa tingkat signifikan hitung lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, artinya kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Taplus di BNI Cabang Solok.

3. Hipotesis Ketiga : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok

Hipotesis ketiga penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok. Berdasarkan uji t sebagai mana Tabel 4.15. diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 11.552 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan tingkat signifikan yang ditetapkan pada penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka terbukti bahwa tingkat signifikansi hitung lebih kecil dari tingkat signifikan yang

ditetapkan ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Taplus BNI Cabang Solok.

4. Hipotesis Keempat : Terdapat Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok

Hipotesis keempat adalah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok. Berdasarkan uji t sebagai mana diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2.177 dengan nilai signifikansi sebesar 0,0031. Jika dibandingkan dengan tingkat signifikan yang ditetapkan pada penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka terbukti bahwa tingkat signifikansi hitung lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan ($0,0031 < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, artinya kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Taplus BNI Cabang Solok.

5. Hipotesis Kelima : Terdapat Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok

Hipotesis kelima adalah Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang. Berdasarkan uji t sebagai mana diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2.720 dengan nilai signifikansi sebesar 0,007. Jika dibandingkan dengan tingkat signifikan yang ditetapkan pada penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka terbukti bahwa tingkat signifikansi hitung lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan ($0,007 < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, artinya kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Taplus BNI Cabang Solok.

Pembahasan Hasil Analisis

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI Cabang Solok

Berdasarkan uji hipotesis diketahui bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh langsung signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok. Semakin baik kualitas pelayanan tentunya akan meningkatkan kepuasan nasabah Taplus BNI Cabang Solok. Semakin meningkatnya kepuasan nasabah akan ditentukan oleh baiknya kualitas

pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Diperoleh koefisien jalur pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah ($P_{X_3 \times Y_1}$) adalah 0,348 dengan nilai signifikansi 0,000. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan ($\alpha=0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti hipotesis diterima pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Taplus di BNI Cabang Solok.

Hasil perhitungan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BNI Taplus Cabang Solok adalah sebesar 12,11%. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan nasabah. Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan tentunya akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Hal ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2000), yang mengemukakan kualitas layanan memiliki hubungan erat

dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selanjutnya Caruana dalam Handayani (2010) menyatakan, konsep dari kualitas pelayanan dimana layanan yang diberikan memiliki hubungan satu sama lain terhadap kepuasan. Kualitas layanan unsur yang membangun loyalitas nasabah dan merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI Cabang Solok

Berdasarkan uji hipotesis diketahui bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh langsung signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok. Semakin baik kualitas produk tentunya akan mempengaruhi terhadap meningkatnya kepuasan nasabah Taplus BNI Cabang Solok.

Diperoleh koefisien jalur pengaruh kualitas produk berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah ($P_{X_3 \times X_2}$) adalah 0,192 dengan nilai signifikansi 0,004. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan ($\alpha=0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti hipotesis diterima pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Taplus di BNI Cabang Solok.

Kualitas produk berpengaruh positif dan mempunyai pengaruh langsung signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok, yaitu sebesar 3,68 %. Ini berarti jika kepuasan pelanggan ingin ditingkatkan, maka kualitas produk yang diberikan juga harus ditingkatkan. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dalam Lupiyoadi (2006) kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan. Berry (2007) menyebutkan terdapat sepuluh faktor penentu kepuasan (*ten domains of satisfaction*) yang mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya adalah kualitas produk.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok

Berdasarkan uji hipotesis diketahui bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok. Semakin baik kualitas pelayanan tentunya akan memberikan pengaruh akan meningkatnya Loyalitas nasabah Taplus BNI Cabang Solok.

Diperoleh koefisien jalur pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah ($P_{y \times X_1}$) adalah 0,519 dengan nilai signifikansi 0,000. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan ($\alpha=0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti hipotesis diterima pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Taplus di BNI Cabang Solok.

Hasil perhitungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BNI Taplus Cabang Solok adalah sebesar 31,39 % yang terdiri dari pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah sebesar 26,93

% dan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebesar 4,46 %. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan mempengaruhi tinggi rendahnya loyalitas nasabah. Dengan demikian semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan tentunya akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mosahab et al. (2010), yang menunjukkan bahwa *Servqual* adalah alat yang cocok untuk mengukur kualitas pelayanan bank. Keterkaitan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dapat memberikan ide-ide kreatif untuk perbaikan dalam rangka mendapatkan keuntungan kompetitif di sektor perbankan, Ladhari *et al.* (2011) menyatakan bahwa dalam sektor perbankan kualitas pelayanan memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung (melalui kepuasan) pada loyalitas.

4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI cabang Solok

Berdasarkan uji hipotesis diketahui bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap

Loyalitas Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok. Semakin baik kualitas produk tentunya akan memberikan pengaruh akan meningkatnya Loyalitas nasabah Taplus BNI Cabang Solok.

Diperoleh koefisien jalur pengaruh kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (P_{yx2}) adalah 0,112 dengan nilai signifikansi 0,031. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan ($\alpha=0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti hipotesis diterima pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Taplus di BNI Cabang Solok.

Hasil perhitungan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah BNI Taplus Cabang Solok adalah sebesar 1,78 % yang terdiri dari pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas nasabah sebesar 1,25 % dan pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebesar 0,53 %. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk mempengaruhi loyalitas nasabah. Dengan demikian

semakin baik kualitas produk yang disediakan tentunya akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Hal ini sejalan dengan pendapat Santoso (2009) mengatakan bahwa konsumen yang terpuaskan akan dengan senang hati menyampaikan kabar positif tentang produk yang digunakan, namun konsumen yang tidak puas akan menyampaikan kabar negatif. Tjiptono (2011) menyatakan kualitas produk yang baik akan menimbulkan kepuasan pelanggan dan konsumen akan melakukan pembelian atau penggunaan ulang.

Kemudian hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwarni (2009) yang meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen IM3, dimana variabel kualitas produk mempunyai hubungan langsung yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah.

5. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok.

Berdasarkan uji hipotesis diketahui bahwa kepuasan nasabah mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Taplus di BNI Cabang

Solok. Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan tentunya akan meningkatkan loyalitas nasabah Taplus BNI Cabang Solok.

Diperoleh koefisien jalur pengaruh kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (P_{yx3}) adalah 0,247 dengan nilai signifikansi 0,007. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan ($\alpha=0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti hipotesis diterima pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Taplus di BNI Cabang Solok.

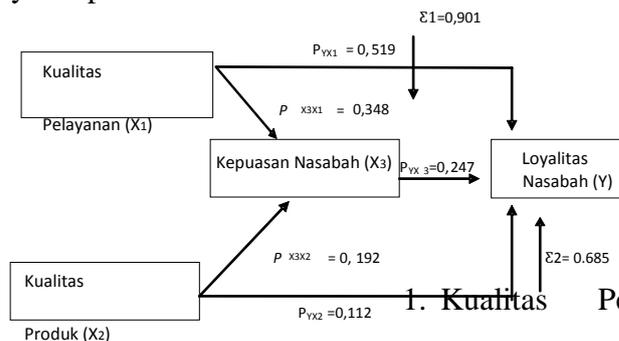
Hasil perhitungan pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BNI Taplus Cabang Solok adalah sebesar 6,10 %. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah mempengaruhi tinggi rendahnya loyalitas nasabah Taplus BNI Cabang Solok. Dengan demikian kepuasan nasabah merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah

tentunya akan meningkatkan loyalitas nasabah itu sendiri.

Hal ini sejalan dengan pendapat dikemukakan oleh Bowen dan Chen (2001) menemukan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan menyebabkan peningkatan loyalitas pelanggan. Korelasi positif antara kepuasan dan loyalitas akan menimbulkan keinginan nasabah untuk merekomendasikan kepada orang lain. Selanjutnya Gerpottet dalam Hidayat (2009) menyatakan dengan timbulnya kepuasan konsekuen-

sinya, bank dapat memiliki kesetiaan dari nasabahnya dan memiliki basis pelanggan stabil yang akhirnya dapat mengurangi biaya. Kepuasan pelanggan sebagai faktor yang menentukan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya merupakan penentu utama untuk mempertahankan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka diperoleh struktur jalur antara variabel eksogen dan variabel endogen sebagai berikut:



1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI Cabang Solok.
2. Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI Cabang Solok
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus di BNI Cabang Solok
4. Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok
5. Kepuasan Nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas sebagai upaya untuk meningkatkan Loyalitas dari Nasabah Taplus BNI Cabang Solok, maka saran penulis adalah :

1. Untuk kualitas pelayanan terdapat hal yang harus lebih ditingkatkan yaitu, jam tutup kas yang lebih konsisten kemudian perlu ditingkatkan kecepatan petugas dalam melakukan transaksi sehingga waktu tunggu antrian dari nasabah dapat diperbaiki.
2. Untuk kualitas produk, dibuat program undian yang lebih menarik dengan penyebaran hadiah di banyak daerah bukan secara terpusat dengan memperbanyak kemungkinan nasabah yang akan memperolehnya. Proses pembukaan rekening lebih disederhanakan dengan pengisian lembar formulir aplikasi yang lebih sederhana dan perbaikan pada tampilan buku Taplus dan tampilan Kartu ATM dibuat lebih menarik.

3. Untuk kepuasan nasabah, pengaturan area parkir yang lebih baik, peningkatan dari fasilitas ATM dengan fitur-fitur untuk pembayaran tagihan seperti listrik, telepon dan PDAM. Pengembangan dana yang tersimpan pada rekening Taplus untuk dibuat lebih menarik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, Atep Adya, 2006, Dasar-dasar Pelayanan Prima, Cetakan Ketiga, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Cravens W. David, 1998, Pemasaran Strategi, Edisi 4, Erlangga, Jakarta.
- Eka Ardianto, 1999, Mengelola Aktiva Merek : Sebuah Pendekatan Strategis, Forum Manajemen Prasetya Mulya No. 67.
- Fandy Tjiptono, 2006, Manajemen Pelayanan Jasa, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Griffin , 2002, Customer Loyalty, How to Earn It. How to Keep it, Mc Graw Hill. Kentucky.
- Gunarto Heru Santoso, 2011, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada BRI Wonogiti, Pasca Sarjana

- Universitas Sebelas Maret ,
Surakarta.
- Ismail, 2010, Manajemen Perbankan,
Dari Teori Menuju Aplikasi,
Kencana, Jakarta.
- Kotler Philip, 2000, Manajemen
Pemasaran Analisa, Perencanaan,
Implementasi dan Kontrol, Edisi
Sembilan, Salemba 4, Jakarta.
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller,
2008, Manajemen Pemasaran,
Terjemahan Hendra Teguh, Edisi
Ketigabelas, Jilid Satu dan Dua,
Penerbit : Prenhalindo, Jakarta.
- Parasuraman A, Valarie A Zethtaml,
Leonard L. Berry, 1985, A
Conceptual Model Of Service
Quality and Its Implication for
Future Research, The Journal
Marketing Vol. 49 No. 4,
American Marketing Association.
- Rachmat Hidayat, 2009, Pengaruh
Kualitas Layanan, Kualitas
Produk dan Nilai Nasabah
Terhadap Kepuasan dan Loyalitas
Nasabah Bank Mandiri, Jurnal
Manajemen dan Kewirausahaan
Vol.11 No. 1Maret 2009, Jakarta
- Rangkuti Freddy, 2006, Strategi Promosi
yang Kreatif, Edisi Pertama,
Cetakan Pertama, PT. Gramedia
Pustaka Utama, Jakarta.
- _____, 2009, Measuring
Customer Satisfaction (Teknik
Mengukur dan
- Subagyo Ahmad, 2010, *Marketing In
Business*, Studi Kasus UMK &
LKM, Edisi Pertama, Penerbit :
Mitra Wacana Media, Jakarta
- Sugiyono, 2008, Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif dan R&D,
Alfabeta, Bandung.
- Umar Husain, 2003, Riset Pemasaran dan
Perilaku Konsumen, Cetakan
Ketiga, PT. Gramedia Pustaka
Utama, Jakarta