

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, KOMUNIKASI DAN
PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
TABUNGAN BANK BRI DI PAMEKASAN**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

YUNINDAR SUSARIANTO IRAWAN

NIM : 2008210414

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2013

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : YUNINDAR SUSARIANTO IRAWAN
Tempat, Tanggal lahir : Pamekasan, 04 Juni 1990
N.I.M : 2008210414
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, komunikasi, penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank BRI di Pamekasan

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 01 Maret 2013



Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Tanggal : 01 Maret 2013



(Meliza Silvi, S.E., M.Si.)

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, KOMUNIKASI DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BANK BRI DI PAMEKASAN

Yunindar Susarianto Irawan

STIE Perbanas Surabaya

[Email : yunindarsusariantoirawan@yahoo.com](mailto:yunindarsusariantoirawan@yahoo.com)

Jl. Ginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The background of this research competition is a strong attempt resulted in the bank BRI should be able to build stronger relationships with its customers. The rivalry is not only occur in large cities which is the capital of the province, but the intense competition also occur in areas that are located far away from the provincial capital as in the town of Pamekasan. The onset of competition was caused by a number of private banks that enter and establishes a branch in Pamekasan. It should be noted the Bank BRI Pamekasan in maintaining the customer's savings account to remain loyal to the Bank BRI Pamekasan. The purpose of this research was to determine the influence of variable trust, quality of service, communication and handling complaints against customer loyalty savings bank BRI in Pamekasan.

This research includes the type of causal research, knowing or causal relationships influencing and being influenced from the variables examined. Measurements of the Variables in this study using a Likert scale. The sampling used was 150 people customer Savings Bank BRI in Pamekasan. Technique the sampling is used is to use non probability sampling. The Data used in this research is the primary data, where data is obtained by giving a list of question or questionnaire to respondents. Analysis of the techniques used are descriptive analysis and statistical analysis. Of statistical hypothesis testing results obtained confidence, quality of service and the handling of complaints had a significant influence on customer loyalty savings bank terhadap BRI dipamekasan. And obtained also the hypothesis has not significantly influences communication to customer loyalty savings bank BRI in Pamekasan.

Keyword : *Costumer Loyalty, Trust, Service Quality.*

PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan dunia perbankan menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk bersaing dalam mendapatkan nasabah. Hal ini terjadi dikarenakan adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Metode untuk menjalin hubungan yang baik dengan nasabah didalam dunia pemasaran lebih dikenal sebagai pemasaran hubungan (*relationship marketing*). Fandi

Tjiptono (2005 : 101) mendefinisikan pemasaran hubungan sebagai orientasi strategi atau filosofi menjalankan bisnis yang lebih berfokus pada upaya mempertahankan relasi dengan nasabah saat ini dari pada merebut nasabah baru.

Persaingan usaha yang kuat mengakibatkan setiap bank harus bisa membangun hubungan yang lebih kuat dengan nasabahnya (Ndubisi, 2007 : 99).

Persaingan tersebut tidak saja terjadi di kota-kota besar yang merupakan ibukota propinsi, namun persaingan yang ketat juga terjadi pada daerah-daerah yang terletak jauh dari ibukota propinsi seperti pada kota Pamekasan. Timbulnya persaingan itu disebabkan oleh banyaknya bank swasta yang masuk dan mendirikan cabang di Pamekasan. Semakin hari banyak perusahaan bank yang menaruh perhatian khusus, bagaimana membangun hubungan yang lebih bagus dengan nasabah. Hal itu harus diperhatikan Bank BRI Pamekasan dalam mempertahankan nasabah tabungannya untuk tetap loyal terhadap Bank BRI Pamekasan. Di samping itu, Bank BRI Pamekasan juga berusaha memenuhi apa yang nasabah harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan perusahaan pesaing.

Dari hasil survey yang dilakukan oleh *Marketing Research Indonesia* (MRI) Bank Mandiri berada pada posisi pertama dalam memberikan layanan yang baik. Kurangnya dalam pelayanan membuat Bank BRI harus berada diperingkat ke tujuh. Kualitas layanan sangat berpengaruh pada nasabah untuk tetap loyal terhadap bank. Untuk itu Bank BRI diharapkan agar meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabahnya supaya tetap loyal. Berikut Tabel 1 menunjukkan hasil survey MRI tentang peringkat bank dari sisi layanan.

Tabel 1
THE BEST BANK SERVICES
EXCELLENCE

Peringkat	Nama Bank
1.	Bank Mandiri
2.	Bank Internasional Indonesia (BII)
3.	Bank OCBC NISP
4.	Permata Bank
5.	Bank Negara Indonesia (BNI)
6.	Bank CINA Niaga
7.	Bank Rakyat Indonesia (BRI)
8.	Bank Central Indonesia (BCA)
9.	Bank Danamon
10.	Bank Bukopin

Pada Tabel 1 bahwa dalam membangun loyalitas nasabah juga tidak terlepas dari kemampuan karyawan dalam memberikan kualitas layanan yang baik. Itu terlihat dari kesuksesan Bank Mandiri dalam memberikan kualitas layanan terhadap nasabah. Dalam meningkatkan pelayanan jasanya bank harus lebih berfokus pada membangun kedekatan hubungan dengan nasabah.

Dari uraian di atas maka akan dirumuskan perumusan masalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan, kualitas layanan, komunikasi dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank BRI di Pamekasan. Maka tujuan dilakukannya dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kepercayaan, kualitas layanan, komunikasi, penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan.

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Penelitian mengacu pada dua penelitian yang sebelumnya, yang dilakukan oleh Nelson Oly Ndubisi (2007) dengan judul "*Relationship marketing and customer loyalty*" dan penelitian yang dilakukan oleh Kazi Omar Siddiqi (2011) dengan judul "*Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfactions And Customer Loyalty In The Retail Bank Sector In Bangladesh*".

Penelitian yang dilakukan oleh Nelson Oly Ndubisi dengan judul "*Relaitionship marketing and customer loyalty*" bahwa terdapat signifikan antara pemasaran hubungan dengan loyalitas konsumen. Pada penelitian ini ada empat variabel yang digunakan yaitu kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan keluhan. Masing variabel tersebut secara individual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini dilakukan terhadap bank di Malaysia, dengan hasil yang didapat

adalah hubungan pemasaran memberikan kontribusi yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan pada 20 bank, tetapi hanya 15 bank di Malaysia yang menjadi penelitian ini. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 220 orang nasabah yang diambil secara acak dari nasabah berbagai bank yang ada di Malaysia. Alat yang digunakan dalam menguji penelitian ini adalah *Multivariate Regression Analysis*. Responden dalam penelitian ini diwajibkan menjawab 20 item pertanyaan. Responden sebagian besar wanita 58% dan laki-laki 42% merupakan lulusan Sarjana.

Penelitian kali ini mengacu pada *International Journal of Business and Management* dengan judul “ *Interrelation between Service Quality Attributes, customer Satisfaction and customer Loyalty in the Retail Banking sector in Bangladesh* ” yang dikemukakan oleh Kazi Omar Siddiqi. Memberi pelayanan yang berkualitas itu penting untuk mempunyai orientasi nasabah sebagai kultur bank. Tujuan penelitiannya adalah untuk mengidentifikasi kunci faktor sukses di dalam industri perbankan yang berkaitan dengan kepuasan nasabah. Orientasi nasabah membangun hubungan jangka panjang yang mendorong ke arah kepuasan nasabah dan arus kas pada bank untuk mengetahui sari segi keandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, serta empati.

Total jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 425 responden yang diperoleh dengan *trustworthiness sampling*, yaitu responden yang merupakan nasabah bank suatu bank di Bangladesh, data dikumpulkan melalui *survey kuesioner* dengan teknik analisis data menggunakan *dealt analysis* dimana. Item-item yang digunakan merujuk pada dimensi kualitas layanan yang dikembangkan oleh Kazi Omar Siddiqi (2011) pada jurnalnya tersebut. Pada penelitian tersebut menemukan bahwa kualitas layanan pada

bank pemerintah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dari pada bank swasta.

Landasan Teori

Loyalitas Nasabah

Memiliki nasabah yang loyal adalah suatu tujuan akhir dari bank, karena loyalitas nasabah dapat menjamin kontinuitas bank dalam jangka panjang. Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang – ulang yang konsisten (Fandi Tjiptono, 2005 : 387). Menurut Kartajaya (1999) loyalitas nasabah berarti kemampuan bank memposisikan produknya di benak nasabah, dimana bank berusaha memposisikan nasabah sebagai mitranya dengan cara memantapkan keyakinan nasabah, selalu berinteraksi, bila perlu mengembangkan demi kemajuan bersama. Seorang nasabah yang loyal memiliki prasangka yang spesifik mengenai apa yang akan dibeli dan dari siapa. Selain itu loyalitas menunjukkan kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian terjadi tidak kurang dari dua kali (Griffin, 2003 : 5).

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Kepercayaan ada jika para nasabah percaya bahwa penyedia layanan jasa tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integritas yang tinggi (Karsono, 2006). Kepercayaan nasabah adalah semua pengetahuan yang dimiliki nasabah dan semua kesimpulan yang dibuat nasabah tentang objek, atribut dan manfaatnya. (Sunarto, 2006 : 153).

Keyakinan atau kepercayaan adalah suatu faktor penting yang dapat

mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis selain itu juga merupakan asset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi. Suatu organisasi harus mampu mengenali faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan tersebut agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyokong dan mempertinggi tingkat hubungan dengan nasabah (Karsono, 2008). Dalam konteks *Relationship Marketing*, kepercayaan merupakan salah satu dimensi dari *Relationship Marketing* untuk menentukan sejauh mana apa yang dirasakan suatu pihak integritas dan janji yang ditawarkan pihak lain.

Kualitas Layanan

Kualitas Layanan adalah suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah, Tjiptono (2006 : 259). Menurut Gatot Widayanto (2007), ada tiga jenjang dalam kualitas layanan, berurutan dari yang paling rendah ke paling tinggi, yaitu: *basic quality expected quality* dan *unexpected quality*. Dalam dunia perbankan, penarikan tunai termasuk pelayanan dasar yang sudah pasti bank harus bias memberikan layanan ini. Apabila dalam memberikan layanan ini memerlukan persyaratan, hal tersebut hanya untuk mengamankan bank dalam hal resiko yang dihadapi. Jenjang selanjutnya adalah *expected quality* yaitu apabila bank sudah bisa memberikan pelayanan dasar dan pelayanan lainnya yang diberikan kemudahan, kenyamanan dan *prestise* pada saat layanan itu sedang dijalankan.

Definisi dari kualitas jasa pada dasarnya berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2006 : 259). Pada saat ini bisnis perbankan tidak akan laku jika hanya mengandalkan berjualan produk tanpa diseberangi servis

yang berkualitas (Ratnawati, 2005 : 11). Adanya istilah pelayanan terbaik untuk memenuhi harapan tertinggi para nasabah yang kian menjadi tren di kalangan bisnis perbankan.

Komunikasi

Komunikasi adalah proses yang digunakan konsumen dan organisasi pemasaran untuk saling membagi informasi guna mencapai pengertian bersama. Komunikasi penting sekali bagi penerimaan yang menyebar luas akan produk baru. Komunikasi merupakan tugas awal dari komunikator dalam membangun kesadaran, mengembangkan preferensi nasabah (dengan mempromosikan nilai, kinerja dan fitur-fitur lainnya), meyakinkan pembeli tertarik, dan mendorong mereka untuk melakukan keputusan pembelian (Ndubisi, 2007 : 100). Karena itu untuk mempertahankan menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk bersaing dalam mendapatkan nasabah dan menarik menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk bersaing dalam mendapatkan nasabah yang baru, perusahaan biasanya melakukan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan karakter nasabah sasarannya.

Komunikasi dapat berusaha membujuk menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk bersaing dalam mendapatkan nasabah potensial agar berhasrat masuk ke dalam hubungan pertukaran *exchange relationship* (Setiadi, 2003:235). Dalam komunikasi persuasif (persuasi) ini yang dikehendaki justru perubahan perilaku, keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru atas kehendak komunikator akan tetapi justru atas kehendak komunikasi itu sendiri (Setiadi 2003:244). Komunikasi pemasaran terintegrasi merupakan integrasi dari

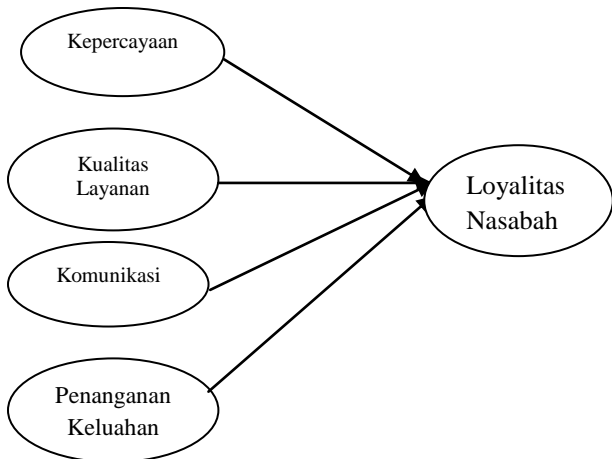
komponennya, yang mencakup 8 hal, yaitu misi, target pasar, uang, media, pesan, bauran, pengukuran, dan pemasaran terhubung.

Penanganan Keluhan

Perilaku keluhan nasabah adalah istilah yang mencakup semua tindakan nasabah yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian / pelayanan (Sunarto, 2006 : 253). Ketika pelanggan mendapatkan masalah atau bahkan sedikit kecewa, maka bank-bank besar dengan cepat menunjukkan jati dirinya. Pemulihan pelayanan juga bisa ditangani dengan sangat baik ketika dipandang sebagai satu kesempatan bukan sebagai suatu pilihan sulit. Keluhan menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk bersaing dalam mendapatkan nasabah merupakan kesempatan untuk memperkuat hubungan (Bramson, 2004 : 883). Menurut Andreassen (dalam Wijaya, 2008) ketidakpuasan yang diakibatkan adanya perbedaan antara harapan dan kemampuan sesungguhnya dari sebuah produk atau jasa yang diterima oleh konsumen, akan menimbulkan *negative effect* yang diyakini akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti yang disajikan dalam gambar 1 sebagai berikut:

Gambar 1
RERANGKA PEMIKIRAN



Rerangka pemikiran teoritis yang disajikan di atas menjelaskan bahwa loyalitas nasabah Tabungan bank BRI di Pamekasan dipengaruhi oleh 4 variabel yang terdiri dari Kepercayaan, Kualitas Layanan, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sejumlah jawaban sementara suatu masalah penelitian, dirumuskan dalam pernyataan yang dapat diuji dan menjelaskan hubungan dua perubahan / lebih. Karena hipotesis masih merupakan jawaban sementara, maka perlu dibutuhkan kebenarannya. Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan dan akan diuji adalah sebagai berikut H1: Terdapat pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan. H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan. H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan komunikasi terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan. H4 : Terdapat pengaruh yang signifikan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Dilihat dari tujuannya, penelitian ini termasuk dalam jenis riset kausal, yaitu mengetahui sebab akibat atau hubungan dipengaruhi dari variabel- variabel yang diteliti (Istijanto, 2009). Jika dilihat dari penyedia data secara langsung maka biasanya menggunakan riset kausal (Istijanto, 2009 : 33).

Berdasarkan dari metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan desain kuesioner, dimana peneliti akan mengumpulkan responden dan memberikan kusioner untuk diisi nasabah. data yang dikumpulkan berupa data yang

didapat dari pengisian kuesioner yang disebarkan kepada responden.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah nasabah tabungan Bank BRI di Pamekasan. Sedangkan Sampel pada penelitian ini adalah nasabah yang menabung di Bank BRI Pamekasan yang diambil sebagian dari populasi. Kuisisioner yang akan disebar 150 orang nasabah tabungan Bank BRI di Pamekasan. Jumlah sampel diatas untuk menghindari *error*. Jumlah sampel eror adalah lima kali jumlah item pertanyaan (Ferdinand, 2006).

Dalam menentukan data yang akan diteliti teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN Data dan Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden yang terpilih pada lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan / kuesioner.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menyebarkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh nasabah dan kemudian diukur dengan menggunakan pengukuran likert. pengukuran likert akan membantu responden dalam menjawab pertanyaan yang diberikan, kemudian data tersebut yang diperoleh dari pengumpulan data tersebut akan dianalisis.

Gambaran Subyek Penelitian

Gambaran mengenai responden yang diperoleh seperti usia, jenis kelamin,

pekerjaan, lama responden menjadi nasabah Tabungan Bank BRI dan berapa kali responden datang langsung selama tiga bulan terakhir ke Bank BRI di Pamekasan. Adapun hasil identifikasi karakteristik responden pada tabel-tabel selanjutnya :

**Tabel 3
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN USIA**

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
17-22 Tahun	18	12.0 %
23-28 Tahun	33	22.0 %
29-34 Tahun	44	29.3 %
≥ 35 Tahun	55	36.7 %
Jumlah	150	100.0 %

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa mayoritas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan yang menjadi responden dalam penelitian ini berusia ≥ 35 tahun yaitu sebanyak 55 responden atau 36,7 persen, usia 29-34 tahun sebanyak 44 responden atau 29,3 persen, usia 23-28 tahun sebanyak 33 responden atau 22,0 persen, dan usia 17-22 tahun sebanyak 18 responden atau 12.0 persen. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar responden nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan berusia ≥ 35 Tahun.

**Tabel 4
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN JENIS KELAMIN**

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Perempuan	67	44.7 %
Laki-laki	83	55.3 %
Jumlah	150	100.0 %

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa mayoritas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan yang menjadi responden

dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 83 responden atau 55,3 persen sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 67 atau 44,7 persen. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar responden nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 5
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN PEKERJAAN

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	23	15.3 %
Pegawai Negeri	33	22.0 %
Wiraswasta	85	56.7 %
Lain-Lain	9	6.0 %
Jumlah	150	100.0 %

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa sebagian besar nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 85 responden atau 56,7 persen. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri sebanyak 33 responden atau 22,0 persen. Sebanyak 23 responden atau 15,3 persen memiliki pekerjaan pelajar/mahasiswa. Dan sebanyak 9 responden atau 6,0 persen memilih jawaban lainnya, dimana jawaban lainnya hanya sebagai ibu rumah tangga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan memiliki pekerjaan Wiraswasta.

Tabel 6
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN LAMA RESPONDEN
MENJADI NASABAH TABUNGAN
BANK BRI

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
2 Tahun	30	20.0 %
2-4 Tahun	59	39.3 %
4-6 Tahun	38	25.3 %
≥ 6 Tahun	23	15.3 %
Jumlah	150	100.0 %

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa sebagian besar nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 59 atau 39,3 persen merupakan responden yang telah menjadi nasabah Tabungan BRI selama 2-4 tahun sebanyak. Sebanyak 38 responden atau 25,3 persen merupakan responden yang telah menjadi selama 4-6 tahun. Sebanyak 30 responden atau 20,0 persen merupakan responden yang telah menjadi selama 2 tahun dan Sebanyak 23 responden atau 15,3 persen merupakan responden yang telah menjadi selama ≥ 6 Tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan yang telah menjadi nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan selama 2-4 tahun.

Tabel 7
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN RESPONDEN
BERINTERAKSI LANGSUNG
DENGAN BANK BRI

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
5-10 Kali	66	44.0 %
11-15 Kali	48	32.0 %
≥ 15 Kali	36	24.0 %
Jumlah	150	100.0 %

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa sebagian besar nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan yang menjadi responden dalam penelitian ini yang sudah berinteraksi langsung selama tiga bulan terakhir di Bank BRI Pamekasan yaitu sebanyak 66 responden atau 44,0 persen. Sebanyak 48 responden atau 32,0 persen yang berinteraksi langsung 11-15 kali selama tiga bulan terakhir di Bank BRI Pamekasan. Dan Sebanyak 36 responden atau 24,0 persen yang berinteraksi langsung ≥ 15 Kali selama tiga bulan terakhir di Bank BRI Pamekasan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan yang berinteraksi langsung 5-10 kali dalam tiga bulan terakhir.

Analisis Deskriptif

Berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner dan dilakukan pengumpulan data, maka didapat gambaran objek dari variabel-variabel dalam penelitian ini. Pengukuran variabel menggunakan ukuran skala satu sampai lima.

Tabel 8
TANGGAPAN RESPONDEN
TERHADAP VARIABEL
KEPERCAYAAN

Item Pertanyaan	Tanggapan					Jumlah	Mean
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
KP 1		1	11	76	62	649	4.33
KP 2		1	11	82	56	643	4.29
KP 3	1		7	78	64	654	4.36
KP 4			8	75	67	659	4.39
KP 5			7	77	66	659	4.39
TOTAL						3264	4.35

Secara umum responden berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dari keseluruhan jawaban yang mewakili variabel kepercayaan pada Bank BRI. Diperoleh mean total sebesar 4,35 yang menunjukkan bahwa nilai *mean* tersebut berada pada interval $4,20 < x < 5,0$. Hal ini dapat diartikan bahwa rata-rata responden yang merupakan nasabah Tabungan Bank BRI tersebut sangat setuju terhadap pernyataan tentang keamanan transaksi nasabah Bank BRI, janji yang diberikan oleh Bank BRI terhadap nasabahnya, konsistensi Bank BRI dalam penyediaan kualitas layanan, perhatian pegawai Bank BRI terhadap nasabahnya dan kenyamanan layanan yang diberikan oleh Bank BRI

Tabel 9
TANGGAPAN RESPONDEN
TERHADAP VARIABEL KUALITAS
LAYANAN

Item Pertanyaan	Tanggapan					Jumlah	Mean
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
KL 6		1	26	72	51	623	4.15
KL 7			28	75	47	619	4.13
KL 8			6	83	61	655	4.37
TOTAL						1897	4.22

Secara umum diketahui bahwa responden memberikan tanggapan setuju terhadap keseluruhan jawaban yang mewakili variabel kualitas layanan. Diperoleh *mean* total sebesar 4.22 yang menunjukkan bahwa nilai *mean* tersebut berada pada interval $4,20 < x < 5,0$. Hal ini dapat diartikan bahwa rata-rata responden yang merupakan nasabah Tabungan Bank BRI tersebut sangat setuju terhadap pernyataan tentang cara Bank BRI dalam memiliki desain dan fasilitas menarik bagi nasabah, Bank BRI mengetahui apa kebutuhan nasabah dan karyawan memberikan kenyamanan berinteraksi.

Tabel 10
TANGGAPAN RESPONDEN
TERHADAP VARIABEL
KOMUNIKASI

Item Pertanyaan	Tanggapan					Jumlah	Mean
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
KM 9		1	20	76	53	631	4.21
KM 10			19	74	57	638	4.25
KM 11			11	73	66	655	4.37
KM 12			3	65	82	679	4.53
TOTAL						2603	4.34

Secara umum berdasarkan Tabel 10 diketahui bahwa sebagai besar responden memberikan tanggapan sangat setuju dari keseluruhan jawaban yang mewakili variabel komunikasi. Diperoleh *mean* total sebesar 4,34 yang menunjukkan bahwa nilai *mean* tersebut berada pada interval $4,20 < x < 5,0$. Hal ini dapat diartikan bahwa rata-rata responden yang merupakan nasabah Bank BRI tersebut sangat setuju dengan pernyataan Bank BRI menyediakan informasi yang tepat waktu ketika nasabah membutuhkan, dalam memberikan informasi apabila ada layanan baru di Bank BRI, Pemenuhan janjinya terhadap nasabah dan penyediaan informasi yang dapat dipercaya.

Tabel 11
TANGGAPAN RESPONDEN
TERHADAP VARIABEL
PENANGANAN KELUHAN

Item Pertanyaan	Tanggapan					Jumlah	Mean
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
PK 13			29	76	45	616	4.11
PK 14		1	21	73	55	632	4.21
PK 15			12	81	57	645	4.30
PK 16			5	68	77	672	4.48
TOTAL						2565	4.28

Secara umum diketahui bahwa responden memberikan tanggapan sangat setuju terhadap keseluruhan jawaban yang mewakili variabel penanganan keluhan ini diperiode *mean* total sebesar 4.28 yang menunjukkan bahwa nilai *mean* tersebut berada pada interval $4,20 < x < 5,0$. Hal ini dapat diartikan bahwa rata-rata responden yg merupakan nasabah bank BRI tersebut sangat setuju dengan pernyataan mengenai Bank dalam mencoba untuk mencegah adanya konflik dengan nasabah, Bank mencoba menyelesaikan konflik yang ada sebelum sebuah masalah muncul, manpu memberikan solusi secara terbuka sebelum masalah muncul dan memberikan pelayanan dengan tepat waktu kepada nasabah.

Tabel 12
TANGGAPAN RESPONDEN
TERHADAP VARIABEL LOYALITAS
NASABAH

Item Pertanyaan	Tanggapan					Jumlah	Mean
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
LN 17			14	85	51	637	4.25
LN 18			6	92	52	646	4.31
LN 19			8	72	70	662	4.41
LN 20			17	71	62	645	4.30
TOTAL						2590	4.32

Secara umum berdasarkan Tabel 12 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dari keseluruhan jawaban yang mewakili variabel loyalitas nasabah terhadap Bank BRI ini. Tidak ada satupun yang memberi tanggapan tidak dan sangat tidak setuju. Diperoleh *mean* total sebesar 4,32 yang menunjukkan bahwa nilai *mean* tersebut berada pada interval $4,20 < x < 5,0$ Hal ini dapat diartikan bahwa rata-rata responden yang merupakan nasabah Bank BRI tersebut sangat setuju terhadap pernyataan untuk merekomendasikan Bank BRI pada orang lain, ingin mempertahankan hubungan dengan Bank BRI, Akan selalu menggunakan jasa Bank BRI dalam jangka

panjang dan akan selalu memilih Bank BRI dalam setiap melakukan transaksi perbankan.

Analisis Statistik

Analisis ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Uji regresi berganda ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh perilaku kepercayaan, kualitas layanan, komunikasi, penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan. Berikut merupakan hasil analisis statistik regresi berganda dengan menggunakan SPSS *For Windows* 17.0.

Tabel 13
REGRESI BERGANDA

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Total df	Adjusted R Square
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1.210	.419		2.887	.004	149	.299
rt kp	.203	.095	.181	2.140	.034		
rt KL	.234	.087	.254	2.687	.008		
rt KM	.077	.090	.070	.855	.394		
rt PK	.211	.081	.211	2.599	.010		

Dengan memperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$LN = 0.181KP + 0.254KL + 0.070KM + 0.211PK + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, koefisien regresi untuk kepercayaan (KP) sebesar 0.181, artinya jika variabel kepercayaan naik sebesar satu satuan, maka variabel loyalitas nasabah (LN) akan mengalami kenaikan sebesar 0.181.

Berdasarkan persamaan regresi di atas, koefisien regresi untuk kualitas layanan (KL) sebesar 0.254, artinya jika variabel

kualitas layanan naik sebesar satu satuan, maka variabel loyalitas nasabah (LN) akan mengalami kenaikan sebesar 0.254.

Koefisien regresi untuk komunikasi (KM) sebesar 0.070, artinya jika variabel komunikasi naik sebesar satu satuan, maka variabel loyalitas Nasabah (LN) akan mengalami kenaikan sebesar 0.070.

Koefisien regresi untuk penanganan keluhan (PK) sebesar 0.211, artinya jika variabel penanganan keluhan naik sebesar satu satuan, maka variabel loyalitas nasabah (LN) akan mengalami kenaikan sebesar 0.211.

Pengujian Hipotesis

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara persial terhadap variabel terikat. Dari hasil pengolahan data melalui SPSS *For Windows* 17.0 tampak pada Tabel 2 maka dapat diketahui secara persial pengaruh faktor variabel bebas. Berdasarkan Tabel 2 diketahui hasil-hasil uji analisis linear berganda maka berdasarkan hipotesa yang telah dibuat dapat dijabarkan sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 13 kepercayaan memberi nilai koefisien 0,203 dengan t hitung sebesar 2,140 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1.960 dan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 (sig = 0,034 < 0,05) maka H₁ diterima pada tingkat signifikansi 5 persen oleh karena itu disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan.

Berdasarkan Tabel 13 kualitas layanan memberi nilai koefisien 0,234 dengan t hitung sebesar 2,687 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1.960 dan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 (sig = 0,008 < 0,05) maka H₂ diterima pada tingkat signifikansi 5 persen oleh karena itu disimpulkan bahwa kualitas layanan

berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan.

Berdasarkan Tabel 13 komunikasi memberi nilai koefisien 0,077 dengan t hitung sebesar 0,855 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1.960 dan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} = 0,394 > 0,05$) maka H_3 ditolak pada tingkat signifikansi 5 persen oleh karena itu disimpulkan bahwa komunikasi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan.

Berdasarkan Tabel 13 penanganan keluhan memberi nilai koefisien 0,211 dengan t hitung sebesar 2,599 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1.960 dan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} = 0,010 < 0,05$) maka H_4 diterima pada tingkat signifikansi 5 persen oleh karena itu disimpulkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan.

Pembahasan

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini terlihat dari $B = 0,203$, $p = 0,034$ pada signifikansi $p = 0,05$. Dapat diartikan bahwa pada saat variabel kepercayaan meningkat, maka variabel loyalitas nasabah ikut meningkat pula atau ada pengaruh. Artinya apabila kepercayaan terhadap suatu bank meningkat maka loyalitas nasabahnya juga akan meningkat. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan teruji kebenarannya.

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini terlihat dari $B = 0,234$, $p = 0,008$ pada signifikansi $p = 0,05$. Dapat diartikan bahwa pada saat variabel kualitas layanan meningkat, maka variabel loyalitas nasabah ikut meningkat

pula atau ada pengaruh. Artinya apabila kualitas layanan terhadap suatu bank meningkat maka loyalitas nasabahnya juga akan meningkat. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan teruji kebenarannya.

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini terlihat dari $B = 0,077$, $p = 0,394$ pada signifikansi $p = 0,05$. Dapat diartikan bahwa pada saat variabel komunikasi meningkat, maka variabel loyalitas nasabah tidak ikut meningkat atau tidak pengaruh. signifikansi artinya apabila komunikasi terhadap suatu bank meningkat maka loyalitas nasabahnya juga akan meningkat. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan tidak teruji kebenarannya. Dikuatkan juga dari hasil pertanyaan umum sebagian besar nasabah tabungan yang menjadi responden dari penelitian ini menginginkan adanya peningkatan kualitas layanan keseluruhan baik dari fasilitas maupun karyawannya, Berdasarkan dari alasannya, sebagian besar nasabah merasanya senang dengan pelayanan karyawan Bank BRI, berdasarkan dari kesan nasabah, sebagian besar nasabah merasa bangga atas produk yang diberikan.

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini terlihat dari $B = 0,211$, $p = 0,10$ pada signifikansi $p = 0,05$. Dapat diartikan bahwa pada saat variabel penanganan keluhan meningkat, maka variabel loyalitas nasabah ikut meningkat pula atau ada pengaruh. Artinya apabila penanganan keluhan terhadap suatu bank meningkat maka loyalitas nasabahnya juga akan meningkat. Dengan demikian

hipotesis keempat yang menyatakan bahwa penanganan keluhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan teruji kebenarannya.

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan: 1) Tingginya tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan. Dengan demikian hipotesis satu diterima. 2) Tingginya tingkat kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan. Dengan demikian hipotesis dua diterima. 3) Turunnya tingkat komunikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan. Dengan demikian hipotesis ketiga ditolak. 4) Tingginya tingkat penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan. Dengan demikian hipotesis keempat diterima.

Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan yang membatasi kesempurnaan. Maka keterbatasan dalam penelitian ini perlu diperhatikan untuk penelitian selanjutnya. 1) penelitian kali ini hanya pada industri jasa perbankan khususnya pada nasabah Bank BRI di Pamekasan, sehingga tidak menutup kemungkinan hasilnya akan berbeda jika penelitian dilakukan dengan subyek yang berbeda. 2) Penelitian ini hanya menguji pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, komunikasi dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan.

Adapun saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya antara lain : Bagi Bank BRI meningkatkan dan memperbaiki kinerja internal guna mempertahankan loyalitas

nasabah serta mempartahankan loyalitas dapat menarik nasabah baru.

Bagi peneliti yang akan datang diharapkan dapat mengkaji ulang penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya dengan menambah indikator pertanyaan dan indikator lainnya sehingga dapat memperkuat penelitian yang akan diteliti. Sebaiknya pada peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan responden secara keseluruhan dari nasabah Bank BRI di Pamekasan yang berhubungan dengan loyalitas.

DAFTAR RUJUKAN

- Ferdinand, Augusty, 2006, *Structural Equation Modelling* Dalam Penelitian Manajemen. Edisi keempat, Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hermawan Kartajaya. 1999. *Hermawan Kartajaya on Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. PT. Mizan Pustaka. Bandung.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- _____. 2007. *Aplikasi SPSS*. Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kazi Omar siddiqi, 2011 *Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfactions And Customer Loyalty In The Retail Bank Sector In Bangladesh*".
- Majalah Info Bank. 2011. Indonesia

Ndubisi, Nelson Oly. 2007. *Relationship Marketing and Customer Loyalty. Marketing Marketing Intelligence & Planning, Vol 25 No.1, pp. 98-106.*

Tjiptono. 2002. *Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI. Yogyakarta.

Mowen, Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1 Edisi 5. Erlangga, Jakarta.

Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

_____. 2007. *Aplikasi SPSS*. Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Kasmir. 2006. *Manajemen Perbankan*, PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta