

KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BTN PADA KANTOR KAS UNSRAT

Oleh:
Steven P. Katiandagho¹
Silvia L Mandey²
Sjendry Loindong³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
 Universitas Sam Ratulangi Manado

e-mail : ¹steven_fungq@yahoo.co.id

²Silvia.mandey@rocketmail.com

³Loindong18S@gmail.com

ABSTRAK

Loyalitas nasabah akan dapat terpenuhi apabila perusahaan dapat memberikan jasa dan produk yang terbaik. PT. BTN persero Tbk, merupakan salah satu instansi perbankan yang mulai berkembang pesat pada bidangnya. Menjadi perusahaan yang berkembang PT. BTN persero Tbk, dituntut untuk memberikan jasa dan produk yang terbaik dan inovatif baik dalam kualitas pelayanan yang diberikan serta nilai-nilai yang ditawarkan untuk mendapatkan nasabah yang loyal. Tujuan penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BTN persero Tbk Cabang Manado Kantor Kas UNSRAT. Dengan menggunakan metode penelitian asosiatif kausal dimana metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas nasabah. Populasi yang diambil sebanyak 245 nasabah dengan sampel penelitian yang digunakan sebanyak 78 responden. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah PT. BTN persero Tbk Cabang Manado Kantor Kas UNSRAT. Dengan demikian loyalitas nasabah diharapkan dapat meningkat bila kualitas pelayanan dan nilai pelanggan ditingkatkan.

Kata kunci: *kuaditas pelayanan, nilai pelanggan, loyalitas nasabah*

ABSTRACT

Customer loyalty will be met if the company can provide the best service and products. PT. BTN persero Tbk, is one of the banking institutions began to grow rapidly in the field. Be a growing company PT. BTN persero Tbk, is required to provide the best service and products and innovative both in the quality of service provided and the values offered to acquire loyal customers. The purpose of this research is discussing the effect of service quality and customer value on customer loyalty PT. BTN persero Tbk branch Manado cash office UNSRAT. By using the causal associative method where this research is used to determine the effect of the variable service quality and customer value on customer loyalty. Populations is taken as 245 customers with samples use in this study as much as 78 respondents. The result of this study show the service quality and customer value significant positive effect on customer loyalty PT. BTN persero Tbk branch Manado cash office UNSRAT. There for customer loyalty is expected had increase if the service quality and customer value is increase.

Key words: *service quality, customer value, customer loyalty*

PENDAHULUAN

Me ni ngkat nya kebut uhan dan per mi ntaan maka konsu men cenderung me mi liki tingkat kepuasan terhadap suatu jasa dapat di bi lang sangat tinggi, unt uk me me nuhi kepuasan konsu men setiap instansi, perusahaan dit unt unt uk dapat me nberi kan pel ayanan yang maksi mal bai k dal a mpe nberi an jasa sert a bent uk dan ke masan jasa tersebut unt uk dapat me nper oleh konsu men yang loy al. Keberhasilan suatu bank dalam me masarkan produknya terlet ak pada ketepatan strategi yang di a nbi l dengan meli hat pel uang dan pot ensi pasar yang ada, hal ini tidak lepas dari yang na manya kualitas pel ayanan, di mana hal ini dapat berda mpak dal a m usaha me mi liki konsu men yang loy al terhadap jasa atau produk yang di ta warkan, dengan me mi liki konsu men yang loy al secara ot omatis akan me ni ngkat kan keunt ungan yang akan di per oleh.

BTN Kant or kas UNSRAT me ru pakan sal ah sat u badan usaha yang ber gerak dal a m usaha pe nberi jasa. Dal a m usahanya unt uk me nberi kan jasa yang ter bai k ti dak lepas dari kualitas pel ayanan dan nilai -nilai yang di ta warkan kepada nasabah. Hal ini di harapkan dapat me nberi kan kepuasan kepada nasabah yang ada pada badan usaha ini sehi ngga bisa me ndapat kan loy alitas dari nasabah yang ada. Na mun pada prakti nya hal tersebut bel u m sepe nuhnya terl aksana pada BTN Kant or Kas UNSRAT.

Me nari k pe mi kiran yang ada serta meli hat kenyat aan yang ter jad i dilapangan, maka peneliti me nga nbi l suatu studi unt uk me nget ahu i sejauh mana pengaruh dari kualitas pel ayanan yang di beri kan dan nilai yang di ta warkan oleh pe nberi jasa dapat me mpengaruh i loy alitas nasabah pada bank BTN Kant or Kas UNSRAT. Per nasal ahan yang ter jad i di atas, hal yang dapat di lakukan oleh PT. Bank Tabungan Ne gara yang me ru pakan sal ah sat u or gani sasi perseroan yang ber gerak dal a m bi dang jasa keuangan yang me ni tik berat kan pada jasa pe nberi kredit, bai k kredit usaha, kredit barang ele ktroni k, kredit kendaraa n, sampai pada kredit ru mah. Hal ini tert unya secara lang sun g di tuntut kepada pi hak pemberi jasa unt uk le bi h i novatif dan responsif terhadap kepuasan konsu men, dan loy alitas nasabah yang ber pengaruh pada profitabil itas perusahaan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah unt uk me nget ahu i pengaruh :

1. Kualitas Pel ayanan, Nilai Pel anggan terhadap Loy alitas Nasabah PT. Bank Tabungan Ne gara Persero Tbk, Cabang Ma nado kant or kas UNSRAT.
2. Kualitas Pel ayanan terhadap loy alitas Nasabah PT. Bank Tabungan Ne gara Persero Tbk, Cabang Ma nado kant or kas UNSRAT.
3. Nilai Pel anggan terhadap loy alitas Nasabah PT. Bank Tabungan Ne gara Persero Tbk, Cabang Ma nado kant or kas UNSRAT.

FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS
TI NJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pel ayanan

Barat a (2004: 38) kualitas pel ayanan adal ah suatu ke gi at an pel ayanan yang di beri kan kepada pel anggan sesuai dengan pri nsi p le bi h mudah, le bi h bai k, cepat, tepat, akur at, sesuai dengan harapan pel anggan.

Swasta dan Irawan (2001: 408) kualitas pel ayanan yang bai k, yang di beri kan kepada pel anggan ma upun pe mbeli me ru pakan sesuatu yang sangat penting. Di wujud kan dal a m bent uk ko muni kasi dan konsultasi, pe nberi an jal an kel uar, bant uan terhadap nasal ahan yang di hadapi.

Di nensi Penentu Kualitas Pel ayanan

Pel anggan me ru pakan asset bagi perusahaan, dengan persai ngan yang se ma kin ket at tanpa me mi liki pel anggan tet ap, perusahaan dengan mudah me ngal a ni resi ko ke munduran dal a m bi sni nya. Bah kan le bi h ekstri ml agi perusahaan akan me ngal a ni kerugi an yang cukup besar bila di ting gal kan pel anggan.

Lupiyoadi (2006: 182) mengutip lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan yang di kemukakan oleh Kotler and Keller (2009: 110):

1. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Penampilan pelayanan yang handal adalah yang diharapkan konsumen dan berarti bahwa pelayanan itu ulang untuk di gunakan setiap waktu. Yang perlu di perhatikan misalnya : cara penampilan brosur, penyampaian catatan-catatan dan meliharanya.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan cepat dan tanggap, yang meliputi : kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan pelayanan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.
3. Kepastian (*Assurance*) meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilannya dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
4. Empati yaitu perhatian secara individual yang di berikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Empati mempunyai ciri-ciri seperti ; mudah ditemui, memberikan rasa aman dalam berbelanja dan berusaha untuk mengerti apa yang di butuhkan karyawan.
5. Berwujud (*Tangible*) meliputi penampilan fasilitas fisik seperti ; gedung dan ruangan kantor, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Adanya kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut, maka perusahaan dapat lebih mendefinisikan pelayanan yang ada pada pelanggan, di mana kelima dimensi tersebut di gunakan oleh pelanggan untuk memberikan penilaian atas kualitas pelayanan dari perusahaan.

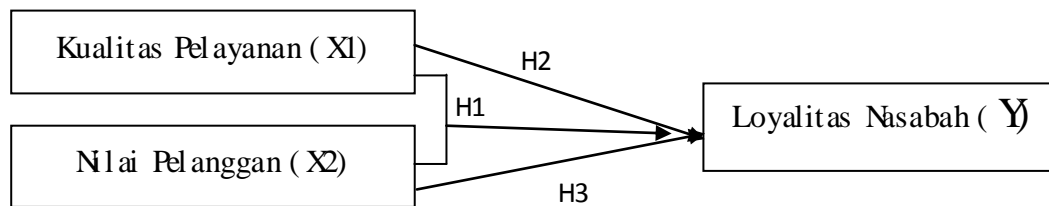
Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan merupakan kualitas yang dirasakan pelanggan yang di sesuaikan dengan harga relatif dari produk yang di hasilkan oleh suatu perusahaan (Ali da 2007) Persepsi konsumen terhadap nilai atas kualitas yang ditawarkan relatif lebih tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi). Dan hubungan yang diinginkan adalah hubungan yang bersifat jangka panjang sebab usaha dan biaya yang di keluarkan oleh perusahaan di yakini akan jauh lebih besar apabila harus menarik pelanggan baru atau pelanggan yang sudah meninggalkan perusahaan, dari pada mempertahankannya.

Loyalitas Nasabah

Tjiptono (2005: 386) mengemukakan bahwa terdapat empat macam kemungkinan hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan: *failures, forced loyalty, defectors, dan successes*. Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang di miliknya, sebagai mana di ungkapkan Griffin (2002: 31) pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut : (1) Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*). (2) Merekomendasikan produk lain (*refers other*). (3) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Kerangka Konseptual Penikiran



Gambar 1 Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber : Kajian Teori 2013

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap sebuah masalah penelitian, yang kebenarannya perlu diuji secara empirik, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan diduga berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
2. Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
3. Nilai Pelanggan diduga berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk Cabang Manado kantor kas UNSRAT.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif kausal yang bertujuan melihat hubungan antara variabel dalam penelitian ini.

Sumber Data

Data yang diambil sehubungan dengan penelitian ini yaitu berupa data primer dan data sekunder :

1. Data Primer adalah data yang diperoleh dari objek penelitian baik dari perusahaan maupun dari responden atau nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk cabang Manado kantor kas UNSRAT
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga atau instansi yang berhubungan dengan objek penelitian yang diteliti. Dalam hal ini termasuk di dalamnya perpustakaan yang menyediakan literatur yang dijadikan sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Penelitian Turun ke Lapangan (*Field Research Method*) Yaitu cara pengambilan data yang dilakukan dengan melaksanakan penelitian langsung pada perusahaan dan nasabah PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT yang menjadi objek penelitian dengan cara;
 - a) Observasi, yaitu dengan cara mengamati secara langsung setiap aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh karyawan, berhubungan dengan kualitas pelayanan PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT kepada nasabahnya;
 - b) Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui tanya jawab dengan responden dan beberapa karyawan PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT;

- c) Kuisi oner, yaitu pengumpulan data melalui pertanyaan secara tertulis yang di berikan kepada nasabah PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
2. Metode Penelitian Keputakaan (*Library Research method*) Yaitu pengambilan data dari berbagai literatur - literatur dengan masalah yang di hadapi guna mendapatkan landasant eori, tinjauan pustaka, dan alat analisis yang sesuai dalam memecahkan masalah tersebut.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat pada PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT dengan waktu penelitian dari Mei - Juli, 2013

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2004: 72). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karakteristik yang berhubungan dengan penelitian, yaitu seluruh nasabah tabungan pada PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado yang ada pada kantor kas UNSRAT tahun 2012 berjumlah 245 nasabah. Ini di maksudkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dengan adanya kehadiran Badan usaha ini dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada di Manado dengan jumlah sampel 78 orang

Teknik Analisis Data

Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis linear berganda dengan formula:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Di mana:

Y	=	Loyalitas Nasabah
b_0	=	Konstanta dari persamaan regresi
b_1	=	Koefisien regresi dari variabel X_1 , Kualitas Pelayanan
b_2	=	Koefisien regresi dari variabel X_2 , Nilai Pelanggan
X_1	=	Kualitas Pelayanan
X_2	=	Nilai Pelanggan
E	=	error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum PT BTN persero Tbk Cabang Manado kantor Kas UNSRAT

PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT merupakan salah satu kantor kas dari kantor cabang Manado. Kantor ini merupakan salah satu bagian kantor yang tugasnya membantu kantor cabang Manado dalam melaksanakan pemberian jasa dan produknya dalam hal ini kantor kas UNSRAT di khususkan untuk melayani nasabah-nasabah yang ada pada daerah kampus UNSRAT. Nantinya dapat meningkatkan kemungkinan untuk nasabah yang ada diluar wilayah kampus UNSRAT.

Tabel 1. Total Nasabah Bank BTN

Total Nasabah				
Kantor	Jenis Tabungan	31 Des 2011	31 Agst 2012	
11 - Manado	Perorangan	15,888	29,773	
	Le nbaga		10	
109 - Bitung	Perorangan	6,932	11,313	
	Le nbaga	1	5	
347 - RS DR Kadow	Perorangan	1,129	2,312	
	Le nbaga			
349 - UN MA	Perorangan	3,270	4,769	
	Le nbaga		1	
559 - UNSRAT	Perorangan	93	245	
	Le nbaga			
Total	Perorangan	26,772	48,412	
	Le nbaga	1	16	
	Total Consumer	26,773	48,428	

Sumber : PT. BTN (persero) Tbk Cabang Manado 2013

Tabel 1 menunjukkan jumlah total nasabah yang ada pada PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado pada tahun 2012. Pada tabel ini menunjukkan jumlah nasabah dari setiap kantor cabang pembantu dan kantor kas dari kantor cabang BTN Manado, di mana pada kantor cabang pembantu Bitung pada periode 31 Desember 2011 sampai dengan 31 Agustus 2012 jumlah nasabah perorangan sebanyak 11.313 dan lembaga sebanyak 5 lembaga. Berbeda dengan kantor kas Uni ma pada periode ini jumlah nasabah perorangannya berjumlah 4.769 dengan jumlah nasabah lembaga sebanyak 1. Sedangkan pada kantor kas RS DR Kadow jumlah nasabah perorangannya berjumlah 2.312 dan jumlah yang paling sedikit untuk nasabah perorangan berada pada kantor kas UNSRAT dengan jumlah nasabah sebanyak 245. Pada kantor cabang utama Manado memiliki jumlah nasabah yang paling banyak dari masing-masing kantor cabang pembantu dan kantor kas yang ada, dengan jumlah nasabah sebanyak 29.773 nasabah dan untuk lembaga berjumlah 10 lembaga.

Tabel 2 Data Responden Penelitian

NO	KETERANGAN	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE
1	Jenis Kelamin:		
	Laki - laki	35	45 %
	Pere npuan	43	55 %
	Jumlah	78	100 %
2	Kelompok Umur:		
	19 - 25 tahun	30	38,46 %
	26 - 30 tahun	12	15,38 %
	31 - 35 tahun	10	12,82 %
	36 - 40 tahun	14	17,95 %
	41 - 45 tahun	9	11,54 %
	> 46 tahun	3	3,85 %
	Jumlah	78	100 %
3	Tingkat Pendidikan:		
	Pascasarjana	5	6,41 %
	Sarjana	30	38,46 %
	Akade mi / Dplom	11	14,10 %
	SMA / SMK	32	41,03 %
	Lainnya	0	0 %
	Jumlah	78	100 %

Sumber : Data Oahan 2013

Tabel 2 menunjukkan jumlah dari data responden di mana responden yang diambil di kelompokan dalam beberapa kategori. Kategori yang pertama responden di kelompokan dalam jenis umur, dari total responden yang ada, responden wanita merupakan yang paling banyak yaitu 43 responden dan diikuti oleh responden pria

sebanyak 35 responden. Pada kelompok umur responden di kategorikan dalam enam kelompok umur. Yang dominan dari setiap responden adalah yang berumur 19-25 Tahun, sedangkan yang paling sedikit adalah kategori umur lebih dari 46 Tahun. Kemudian untuk kategori tingkat pendidikan SMA/ SMK merupakan kategori responden yang paling banyak yaitu berjumlah 32 responden, diikuti oleh Sarjana, Akademi/ Diploma dan yang paling terakhir Pasca Sarjana dengan jumlah responden 5.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji Multikolinieritas dan uji Normalitas

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas di dapat hasil output pada Tabel 3 berikut ini :

Table 3. Koefisien

Model		Coefficients(a)													
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig	Correlations		Collinearity Statistics					
		B	Std. Error	Beta	Zero-order			Partial	Part	Tolerance	VIF	B	Std. Error		
1	(Constant)	.016	.175		.089	.929									
	Kualitas Pelayanan	.400	.108	.339	3.708	.000	.863	.394	.172	.257	3.895				
	Nilai Pelanggan	.583	.088	.608	6.650	.000	.900	.609	.308	.257	3.895				

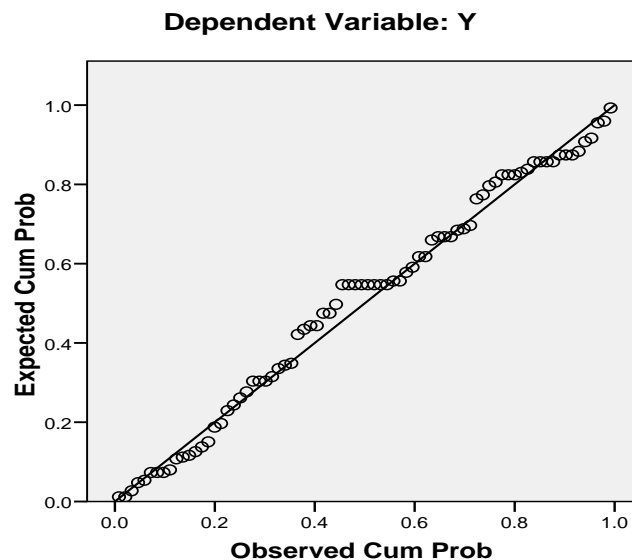
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data Tahun 2013

Tabel 3 tersebut di dapat hasil bahwa semua nilai pada VIF < 10 ini berarti tidak terjadi adanya multikolinieritas. Dan menyimpulkan bahwa uji multikolinieritas ini terpenuhi.

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Normalitas dapat di deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dari analisis kurva dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar

diagram dan mengikuti model regresi yang ada, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal, sehingga uji normalitas terpenuhi.

Uji Hipotesis

Uji F

Untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT secara simultan atau bersama-sama. Dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4 Uji Secara Simultan

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.977	2	18.488	195.720	.000(a)
	Residual	7.085	75	.094		
	Total	44.062	77			

a Predictors: (Constant), Nilai_Pelanggan, Kualitas_Pelayanan

b Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah

Sumber : *Data Oahan, 2013*

Tabel 4 menunjukkan nilai $F_{hitung} = 195.720$ dan $F_{tabel} = 2.14$. Jadi nampak bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat bahwa signifikan F sebesar 0,000 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hasil uji F menyatakan bahwa H_0 ditolak berarti H_a diterima, artinya faktor-faktor kualitas pelayanan, nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT.

Uji t

Hasil uji pada tabel 3 dapat diketahui hasil t_{hitung} untuk variabel b_1 (kualitas pelayanan) = 3.708 dan $t_{tabel} = 2$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat signifikan untuk bentuk sebesar 0,000 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BTN persero Tbk, cabang manado kantor kas UNSRAT. Hasil t_{hitung} untuk variabel b_2 (nilai pelanggan) = 6.650 dan $t_{tabel} = 2$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat signifikan untuk keyakinan sebesar 0,000 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel nilai pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk, cabang manado kantor kas UNSRAT.

Pembahasan

Hasil penelitian (Aida, 2007) bahwa; nilai dari kinerja atribut jasa tabungan yang diterima oleh nasabah berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan adequate dan tingkat kepuasan desired. Tingkat kepuasan adequate dan tingkat kepuasan desired berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap loyalitas nasabah di Sul Sel. Hal ini disebabkan oleh karena harapan yang diinginkan nasabah belum dapat dipenuhi oleh kinerja atribut, sehingga terjadi ketidakpuasan nasabah terhadap atribut-atribut yang ada. Variabel tingkat kepuasan merupakan variabel mediator dan moderator bagi hubungan antara Nilai dengan loyalitas. Ditemukan juga adanya hubungan langsung yang signifikan dan positif antara nilai dengan loyalitas nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah bank BTN Cabang Manado kantor kas UNSRAT

Hasil uji statistik yang dilakukan oleh peneliti menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan nilai Pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien yang signifikan. Pada hasil uji statistik dijelaskan bahwa indikator - indikator yang ada pada kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yaitu :

Keandalan, Daya Tanggap, Kepastian, Empati, Berwujud, Nilai Produk, Nilai Layanan dan Nilai Personel berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BTN Manado kantor kas UNSRAT. Dengan demikian dapat diketahui berdasarkan temuan dari hasil penelitian sebelumnya jika faktor-faktor kualitas pelayanan, nilai pelanggan, bertambah atau mengalami peningkatan, maka loyalitas nasabah juga akan meningkat ini membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian yang valid dan dapat diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan searah antara kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas nasabah di mana angka koefisien regresi yang diperoleh dari hasil penelitian semuanya menunjukkan angka positif.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan berpengaruh secara bersama terhadap Loyalitas Nasabah. Kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
2. Hasil pengujian yang dilakukan, Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang paling rendah pengaruhnya dibandingkan dengan variabel Nilai Pelanggan.
3. Nilai Pelanggan merupakan variabel yang dominan paling berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah hal ini dibuktikan dengan hasil Uji di mana nilai dari variabel Nilai Pelanggan merupakan yang paling besar dari variabel lainnya.

Saran

Saran yang disampaikan oleh peneliti adalah :

1. Lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah untuk mendapatkan loyalitas nasabah, karena nilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pemberi jasa (bank BTN Cabang Manado kantor kas UNSRAT) masih lemah dan sangat perlu untuk ditingkatkan.
2. Mempertahankan dan meningkatkan lagi nilai pelanggan yang telah diperoleh untuk mendapatkan nasabah yang loyal pada bank BTN Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
3. Mengevaluasi kembali jasa yang diberikan dan mencoba inovasi-inovasi baru untuk memberikan kualitas pelayanan dan jasa yang terbaik, sehingga apa yang ditawarkan dapat memberi profit bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alida, Palilati. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra*. ISSN 1411-1438 Vol 9. No 1. <http://www.petra.ac.id/~puslit/journal/dir.php?DepartementID=MAN> Diakses pada 5 Mei 2013. Hal. 73-81.
- Barata A Adya. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. PT Hex Media Komputindo, Jakarta
- Butz, Howard E Jr. and Goodstein, Leonard D 1996. Measuring Customer Value: Gaining The Strategic Advantage. *Journal Organizational Dynamics*. Diakses pada 9 februari 2014. 24. Pp. 63-77.
- Griffin, Jill 2002. *Customer Loyalty Howto Earn it, Howto Keep it*. Lexinton Books, Singapura

- Kotler, P., and K L Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, PT. Manan Jaya Cemerlang Jakarta
- Lupi yoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta
- Schiffman, Lazar, Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. International Edition. Prentice Hall Inc. New Jersey
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Afabeta, Bandung
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Administrasi*. Penerbit Afabeta, Bandung
- Swasta B dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama, Bayu media Publishing Malang

