

# **PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SULUT CABANG UTAMA MANADO**

**REGINA PACIS KORENGKENG**

***ABSTRACT Costumer satisfaction, and Costumer loyalty Regina Pacis  
Korengkeng Drs. A. K. Tungka, M.Si Dra. Sofia. A. P. Sambul, M.Si***

*The rise of competition that exist in every business currently pushing for every business to improve the quality of services provided to consumers so that they feel satisfied. So also in the banking industry. Banking industry have hand in glove related/ relevan to its consumers, because relation between client and banking represent one unity. Both of the components requiring each other. If a costumer is satisfied then they will be loyal to the bank. The relation between costumer satisfaction and costumer loyalty is what seemed to have become a pattern of relation which.*

*In this research, variable satisfaction of costumer used to measure costumer loyalty. Object in this research is Bank Sulut Cabang Utama Manado costumer. Quantitative Analysis in this research is done with, normality test, multiple regression analyse, and test multiple partial regression coefficient. While analysis is qualitative obtained from interpretation respondent in this research. Result of research indicated that variable satisfaction of costumer have influence which are significant to costumer loyalty.*

*Key words : Costumer satisfaction, and Costumer loyalty*

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dunia perbankan memiliki keterkaitan yang sangat erat terhadap konsumennya, karena hubungan antara perbankan dan nasabah merupakan satu kesatuan. Dengan kata lain kedua komponen tersebut saling membutuhkan. Oleh sebab itu,

bank harus dapat memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabahnya sehingga terjalin hubungan baik diantara kedua belah pihak. Pada saat ini sudah semakin marak persaingan, begitu juga dalam hal perbankan. Hubungan antara kepuasan konsumen dan kepuasan pelanggan seakan-akan telah menjadi

pola hubungan yang hampir menjadi hukum dalam perilaku konsumen. Pola tersebut berupa nasabah merasa puas dan setelah itu kepuasan tersebut menentukan loyalitas nasabah untuk melanjutkan menggunakan jasa bank tersebut.

Loyalitas nasabah sangat penting artinya bagi bank yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Nasabah yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya nasabah yang loyal tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka pada produk-produk lain dari bank tersebut. Loyalitas pelanggan dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk perilaku, misalnya mengatakan hal-hal positif tentang perusahaan kepada orang lain, merekomendasikan perusahaan pada orang lain, atau meningkatkan pembelian. Di samping itu juga loyalitas merupakan aset strategis yang dimiliki perusahaan

dalam beberapa bentuk seperti yang dikemukakan oleh Aaker (1997:68) sebagai berikut: Mengurangi biaya pemasaran, Meningkatkan arus transaksi, Menarik minat nasabah baru dan Memberikan waktu untuk merespon ancaman-ancaman pesaing

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa loyalitas nasabah adalah kunci sukses dalam suatu bank. Karena bank tidak akan bisa berjalan dengan baik tanpa adanya nasabah-nasabah khususnya nasabah yang loyal.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin menelusuri tentang; Sejauh mana PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH dimana objek amatan penelitian ini adalah di PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado.

## **METODE PENELITIAN**

### **1.1 Metode Penelitian**

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif terhadap populasi penelitian yakni para nasabah di Cabang Utama PT. Bank Sulut Manado yang

dilayani dalam satu kurun waktu tertentu.

## **1.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

### *1.2.1 Kepuasan Nasabah*

Kepuasan nasabah adalah sebagai variabel pengaruh atau yang disebut variabel independen (X). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006).

### *1.2.2 Loyalitas Nasabah*

Loyalitas disini adalah sebagai variabel dependen (Y). Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinand, 2006). Variabel Dependen yaitu variabel yang nilainya tergantung dari variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah.

Menurut Zeithaml et al (dikutip oleh Kusmayadi 2007) mengemukakan bahwa, terdapat tiga variabel loyalitas nasabah, yaitu transaksi berulang, merekomendasikan kepada orang lain,

dan menggunakan jasa lain yang ditawarkan.

Transaksi berulang, ada sebuah tindak lanjut untuk melakukan transaksi kembali atau berulang di bank yang sama.

Merekomendasikan kepada orang lain, karena adanya kenyamanan dan kepuasan tersendiri yang dapat dirasakan maka seseorang akan merekomendasikan pemberitaan tentang apa yang dirasakannya tersebut kepada orang

## **1.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

### *1.3.1 Populasi Penelitian*

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah Kantor Cabang Utama PT. Bank Sulut Manado yang dilayani dalam satu kurun waktu tertentu.

### *1.3.2 Sampel Penelitian*

Ferdinand (2006) mengatakan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak Loyalitas Nasabah Transaksi berulang merekomendasikan kepada orang lain menggunakan jasa lain yang ditawarkan tidak terpengaruh tawaran dari pesaing mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Sampel dari penelitian ini adalah nasabah Cabang Utama PT. Bank Sulut Manado yang dipilih penulis untuk menjadi responden. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah jenis Non-Probability Sampling yaitu Purposive sampling. Penetapan jumlah sampel adalah 50 responden (non PNS), yang melakukan transaksi di objek pengamatan selang waktu pengamatan peneliti selama 1 bulan.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### *3.4.1 Kuesioner ( angket )*

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner,

yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan dalam kuesioner dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka.

#### *3.4.2 Observasi*

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.

#### *3.4.3 Studi Pustaka*

Studi pustaka dilakukan dengan cara mempelajari dan mengambil data dari literatur terkait dan sumber- sumber lainnya yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai penelitian ini.

### **3.5 Metode Analisis Data**

### 3.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali,2001). Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali,2001):

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garisdiagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model

regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan nasabah (X) terhadap Loyalitas nasabah PT. Bank Sulut Manado (Y).

### 3.5.4 Uji Koefisiensi Regresi Berganda Secara Parsial

## HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 1.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Sulut  
PT. Bank Sulut (Bank) dahulu bernama PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara didirikan dengan nama Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Tengah berdasarkan Akte no. 88 tanggal 17 Maret 1961 oleh Raden Hadiwido, notaris pengganti dariRaden Kadiman, Notaris di Jakarta yang diperbaiki dengan Akte Perubahan Anggaran Dasar No. 22 tanggal 4 Agustus 1961

oleh Raden Kadiman Notaris di Jakarta dan Akta Perubahan Anggaran Dasar No. 46 tanggal 10 Oktober 1961 oleh Raden Hadiwido pengganti dari Raden Kadiman, notaris di Jakarta, yang telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan penetapan No. J.A.5/109/6 tanggal 13 Oktober 1961 Sebagai perseroan terbatas maka pendirian Bank Sulut dilakukan dengan Akta No. 7 tanggal 14 April 1999 dibuat dihadapan Joanes Tommy Lasut, SH, notaris di Manado yang disahkan oleh Menteri Kehakiman R.I dengan Keputusan No. C-8296.HT.01.01.TH'99 tanggal 14 Mei 1999 dan telah diumumkan dalam Berita Negara R.I. No. 63 tanggal 6 Agustus 1999 dan Tambahan Berita Negara R.I. No. 4772. Modal Dasar ditetapkan sebesar Rp. 100 milyar dengan kepemilikan Daerah Propinsi, Kabupaten dan Kota

Berdasarkan Peraturan Daerah No. 84 tahun 1998 tentang Program Rekapitalisasi Bank Umum, Surat Keputusan Bersama Menteri Keuangan dan Gubernur Bank Indonesia No. 135/KMK.017/1999

dan No. 32/17/KEP/GBI tanggal 9 April 1999, Bank Sulut telah menandatangani Perjanjian Rekapitalisasi. Tahun 2004 Pemerintah RI melalui Menteri Keuangan telah menjual kembali (divestasi) seluruh saham negara pada Bank Sulut berdasarkan Perjanjian Jual beli seluruh Saham Negara dan Pelunasan Obligasi Negara pada PT. Bank Sulut tanggal 30 Juni 2004.

Setelah Bank Sulut melepaskan diri dari program rekapitalisasi perbankan terjadi beberapa perubahan Anggaran Dasar berkaitan dengan perubahan susunan kepemilikan saham setelah divestasi saham negara, dan terakhir dengan peningkatan modal dasar dari Rp. 100 milyar menjadi Rp. 300 milyar yang telah mendapat persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI No. C-24640 HT.01.04.TH.2006 tanggal 23 Agustus 2006 telah diumumkan dalam Berita Negara RI tanggal 23 Oktober 2006 No. 85 Tambahan No. 11432/2006

#### **4.1 Gambaran Umum Responden**

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah para nasabah yang melakukan transaksi di kantor cabang utama PT. Bank Sulut Manado. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah jenis Non-Probability Sampling yaitu Purposive sampling. Penetapan jumlah sampel adalah 50 responden (non PNS), yang melakukan transaksi di objek pengamatan selang waktu pengamatan peneliti selama 1 bulan. Pada penelitian ini gambaran umum responden meliputi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan umur. Berikut ini adalah gambaran umum responden Cabang Utama PT. Bank Sulut berdasarkan jenis kelamin :

Berdasarkan data diatas dapat diperhatikan bahwa klasifikasi responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 13 orang. Responden yang berprofesi sebagai pengusaha sebanyak 27 orang. Responden yang berprofesi sebagai petani sebanyak 3 orang. Dan responden yang berprofesi sebagai guru/ dosen swasta sebanyak 7 orang. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa jumlah responden terbanyak berprofesi sebagai guru/dosen swasta yaitu sebanyak 27 orang (54% dari total responden).

## **4.2 Analisis Frekuensi Tanggapan Responden**

### *4.3.1 Analisis Frekuensi pada Variabel Kepuasan Nasabah*

Variabel kepuasan nasabah memiliki 3 sub variabel, yaitu kepuasan terhadap karyawan, kepuasan fasilitas fisik dan kemudahan mengakses produk. Berdasarkan perhitungan angka frekuensi yang telah dilakukan,

Dari tabel di atas maka dapat diketahui bahwa secara keseluruhan para responden yakni para nasabah menjawab sangat puas dan puas, ada pun beberapa yang menjawab cukup puas dan kurang puas. Artinya para nasabah merasa puas terhadap Bank Sulut Cabang Utama Manado.

Kepuasan nasabah (dalam hal ini para nasabah PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado) terhadap PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado ini diukur dengan Sembilan item pertanyaan yang masing-masingnya

sub variabel terdapat 3 indikator pengukur.

Sub Variabel kedua yakni Kepuasan Terhadap Fasilitas Fisik, dimana indikator pengukurnya adalah fasilitas fisik yang disediakan bermacam-macam mulai dari ATM, i-Banking, dll,

Sub Variabel ketiga yakni kemudahan mengakses produk , dimana indikator pengukurnya adalah kemudahan dalam menggunakan produk yang ditawarkan dengan jawaban sangat puas sebanyak 23 nasabah *Analisis Frekuensi pada Variabel Loyalitas Nasabah*

Variabel loyalitas nasabah memiliki 3 variabel indikator, yaitu transaksi berulang, merekomendasikan kepada orang lain, menggunakan fasilitas jasa lain yang ditawarkan.

Loyalitas nasabah (dalam hal ini para nasabah PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado) terhadap PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado ini diukur dengan tiga item pertanyaan yang masing-masing sub variabel terdapat 1 indikator pengukur.

## **Analisis Data**

### *4.3.2 Uji Normalitas*

### **Pengujian Normalitas Data Kepuasan Terhadap Karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado**

Distribusi data Kepuasan terhadap karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado, dimana diambil 50 nasabah yang digunakan sebagai sampel. Data- data itu selanjutnya disusun kembali sehingga menjadi tabel seperti berikut ini :

### **Pengujian Normalitas Data Kepuasan Terhadap Fasilitas Fisik pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado**

Distribusi data Kepuasan terhadap fasilitas fisik pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado, dimana diambil 50 nasabah yang digunakan sebagai sampel. Data- data itu selanjutnya disusun kembali sehingga menjadi tabel seperti berikut ini :

Berdasarkan hitungan yang tertera dalam tabel di atas, harga Chi Kuadrat hitung = 7,9. Harga tersebut selanjutnya dibandingkan dengan harga Chi Kuadrat Tabel, dengan dk (derajat kebebasan)  $6 - 1 = 5$ . Bila dk 5 dengan taraf kesalahan 5 %, maka harga Chi Kuadrat Tabel = 11,070.

Karena harga Chi Kuadrat hitung lebih kecil dari harga Chi Kuadrat Tabel ( $7,9 < 11,070$ ), maka distribusi data kepuasan terhadap fasilitas fisik pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado tersebut dinyatakan normal.

#### **Pengujian Normalitas Data Kemudahan pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado**

Distribusi data Kemudahan pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado, dimana diambil 50 nasabah yang digunakan sebagai sampel. Data-data itu selanjutnya disusun kembali sehingga menjadi tabel seperti berikut ini :

Jadi harga Chi Kuadrat hitung = 6,6. Harga tersebut selanjutnya dibandingkan dengan harga Chi Kuadrat Tabel, dengan dk (derajat kebebasan)  $6 - 1 = 5$ . Bila dk 5 dan taraf kesalahan 5 %, maka harga Chi Kuadrat Tabel = 11,070. Karena harga Chi Kuadrat hitung lebih kecil dari harga Chi Kuadrat tabel ( $6,6 < 11,070$ ), maka distribusi data kemudahan pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado tersebut dinyatakan normal.

#### **Pengujian Normalitas Data Loyalitas Nasabah (Y) pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado**

Distribusi data Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado, dimana diambil 50 nasabah yang digunakan sebagai sampel.

Berdasarkan hitungan yang tertera dalam tabel di atas, harga Chi Kuadrat hitung = 7,4. Harga tersebut selanjutnya dibandingkan dengan harga Chi Kuadrat Tabel, dengan dk (derajat kebebasan)  $6 - 1 = 5$ . Bila dk 5 dengan taraf kesalahan 5%, maka harga Chi Kuadrat tabel = 11,070. Karena harga Chi Kuadrat hitung lebih kecil dari harga Chi Kuadrat tabel ( $7,4 < 11,070$ ), maka distribusi loyalitas nasabah tersebut dinyatakan normal.

#### *4.3.3 Pengujian Koefisiensi Regresi Berganda Secara Parsial*

Berdasarkan tabel di atas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Sub variabel X1 (kepuasan terhadap karyawan)

2. Sub variabel X2 (kepuasan terhadap fasilitas fisik)

3. Sub variabel X3 (kemudahan) menghasilkan nilai

#### **4.4 Pembahasan**

Dari pembahasan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa kepuasan nasabah sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Semakin nasabah itu puas terhadap bank maka ia akan menjadi loyal terhadap bank tersebut. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil pengujian analisis data yang telah dilakukan. Maka strategi yang diterapkan pihak Bank Sulut Cabang Utama Manado harus dapat diterapkan dengan baik sehingga membuat nasabah puas dan menjadi loyal untuk menjadi nasabah dari Bank Sulut Cabang Utama Manado.

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sesuai dengan pemaparan dalam bab IV (Hasil dan Analisis), dapat

diperhatikan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki hasil yang signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Artinya, variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Dengan meningkatkan kepuasan nasabah, maka loyalitas nasabah akan meningkat. Dengan demikian hal ini dapat menjawab masalah penelitian yang telah uji dalam penelitian ini. Penelitian ini tentu masih memiliki keterbatasan- keterbatasan.

#### **5.2 Saran**

Saran praktis dimunculkan berdasarkan teori- teori yang telah dibangun dan didasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh. Hasil pengujian analisis dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber tambahan referensi dan informasi bagi penyusunan rencana strategis daruntuki PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aaker, David. 1991. *Managing Brand Equity; Capitalizing On The Value Of Brandname*. Free Press. New York
- Aaker, David. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Spektrum. Jakarta
- Ferdinand, A. T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Griffin, Jill. 2002. *Costumer Loyalty How to Earn It How to Keep It*. (Terjemahan : Dwi Kartini Yahya). Lexington Books. Singapore
- Griffin, Jill. 2005. *Costumer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. (Ahli Bahasa : Dwi Kartini Yahya dan Kawan-kawan). Erlangga. Jakarta
- Guiltanan, Joseph. 1997. *Marketing Management 6<sup>th</sup> Edition*. Mc Graw- Hill Companies
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol Edisi Milenium*. PT Prenhalindo. Jakarta
- Kusmayadi, Tatang. 2007. *Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan*. Skripsi STIE STAN Indonesia Mandiri
- Lovelock, Christopher. H dan Wright Laurent. K. 2005. *Management Pemasaran Jasa*
- Mushanto, Trisno. 2004. *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas*

- Pelanggan Studi Kasus : Pada CV Sarana Media Advertising Surabaya.*
- Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. \_\_\_ Universitas Kristen Petra  
 Malayu, S.P. Hasibuan. 2007. *Dasar- Dasar Perbankan.* PT Bumi Aksara. Jakarta
- Rangkuti, Freddy. *Riset Pemasaran.* 1996. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Robinette, Scott. 2001. *Emotion Marketing.* Mc Grow Hill Book Company. Jakarta
- Schiffman, Leon dkk. 2004. *Costumer Behavior 8<sup>th</sup> Edition.* Pearson Prentice Hall
- Simamora, Bilson. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen.* PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis Cetakan Keduabelas.* Penerbit Alfabeta. Bandung
- Wijaya, Sherly dan Thio, Sienny. 2006. *Implementasi Membership Card dan Pengaruhnya dalam Meningkatkan Loyalitas Pengunjung Restoran di Surabaya.* Fakultas Ekonomi Universitas Petra
- Zeithaml, Valerie. A and Bitner Marry. Jo. 2003. *Service Marketing.* Mc Graw Hill Inc. Int'I Edition. New York