

KUALITAS LAYANAN DAN FASILITAS PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BRI CABANG PEMBANTU PALU

Oleh:

Pieter Palenewen¹

Lotje Kawet²

Maria Tielung³

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

email: ¹pieter_palenewen@yahoo.com

²lotje_kawet52@yahoo.com

³mariatielung@gmail.com

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi yang pesat saat ini, menyebabkan kegiatan keuangan juga bertumbuh cepat. Setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan khususnya perbankan untuk memiliki strategi-strategi khusus untuk dapat menarik lebih banyak nasabah untuk menggunakan layanannya. BRI sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia harus lebih meningkatkan dan memperhatikan kualitas layanan dan fasilitas yang mereka berikan kepada para nasabah untuk meningkatkan loyalitas para nasabahnya. Pengalaman ditambah laba yang meningkat, memungkinkan BRI untuk membenahi kualitas layanan dan fasilitas yang mereka miliki. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap loyalitas nasabah. Populasi penelitian ini berjumlah 6.318 nasabah kredit dan sampel yang digunakan sebanyak 151 orang dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Sedangkan teknik uji yang digunakan adalah uji multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap nasabah kredit. Manajemen BRI sebaiknya meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang mereka berikan agar dapat meningkatkan loyalitas dan mempermudah setiap kegiatan perbankan nasabahnya.

Kata kunci : *kualitas layanan, fasilitas, loyalitas nasabah*

ABSTRACT

Rapid economic growth today, causing financial activities also grew rapidly. Every finance company engaged in banking in particular to have specific strategies in order to attract more customers to use their services. BRI as one of the largest banks in Indonesia must increase and pay attention to the quality of the services and facilities they provide to their customers to increase the loyalty of its customers. Plus experience increased profits, allowing BRI to fix the quality of services and facilities at their disposal. This study aimed to examine the effect of service quality on customer loyalty and facilities. The study population totaled 6,318 loan customers and the samples used were 151 people using accidental sampling method. While the techniques used test is the test of multicollinearity, heteroskidastity, and multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results showed partial simultaneously and quality of services and facilities significantly influence customers' credit. BRI management should improve the quality of the services and facilities they provide in order to increase loyalty and facilitate each client banking activities.

Keywords: *quality of service, facilities, customer loyalty*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang pesat semakin mendorong banyak kegiatan keuangan untuk juga ikut bertumbuh dengan pesat. Setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan khususnya perbankan untuk memiliki strategi-strategi khusus untuk dapat menjangkau lebih banyak nasabah untuk menggunakan layanannya. Ditandai dengan makin banyaknya bank yang bermunculan baik swasta maupun pemerintah, semakin mempertajam persaingan yang ada. Setiap bank yang ada menawarkan jenis pelayanan dan fasilitas yang mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan fasilitas perbankan mereka.

Memenangkan ketatnya persaingan dalam dunia perbankan maka salah satu upaya yang dilakukan oleh bank tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan, sehingga mampu mempertahankan nasabah yang telah ada bahkan meningkatkan jumlah nasabah baru. Produk perbankan yang dihasilkanpun tidak akan berpengaruh tanpa respon dari pasar yang dituju dalam hal ini nasabah, mengingat respon yang kurang baik dari konsumen atas produk perbankan yang ditawarkan akan memiliki dampak negatif yang dapat menghambat pencapaian tujuan dan sasaran bagi berlangsungnya operasional bank yang bersangkutan. Peranan kualitas pelayanan sangat diperlukan untuk menarik dan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan bank tersebut. Pihak perbankan perlu mengambil inisiatif untuk mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan layanan perbankan yang mereka tawarkan melalui informasi maupun pengumuman yang diberikan pada nasabah sehingga produk perbankan yang dimiliki dan ditawarkan mendapat respon dan perhatian yang baik pada keputusan untuk menggunakan layanan perbankan. Berhubung pentingnya hal tersebut, maka layanan perlu mendapatkan perhatian oleh perbankan dalam upaya untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat. perusahaan dalam hal ini bank perlu melakukan evaluasi mengenai kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan dalam bidang perbankan yang didalamnya mengandung penyampaian jasa.

Memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh nasabah terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh bank tersebut, maka akan menjadi suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan perbankan tersebut. Pelayanan atau layanan adalah aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan haknya. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan adalah suatu sistem, prosedur, maupun metode yang diberlakukan pada orang lain dalam hal ini nasabah agar kebutuhan dan keinginan nasabah dapat terpenuhi sesuai dengan harapannya.

Produk perbankan saat ini (Simpanan dan Pinjaman) maupun Jasa (Pengiriman Uang, Save Deposit Box, Money Changer dll) pada umumnya sama, yang membedakan antara bank yang satu dengan yang lainnya adalah layanan yang diberikan. Karenanya saat ini perbankan berpacu untuk meningkatkan layanan dan fasilitas agar tercipta loyalitas pelanggan atau nasabah demi meningkatkan laba.

Loyalitas pelanggan atau nasabah dipandang sebagai kekuatan yang cukup penting antara sikap seseorang dan bisnis yang berkesinambungan. Hubungan ini dilihat karena dijembatani oleh norma-norma sosial dan faktor-faktor situasional. Kualitas layanan sendiri diukur dengan seberapa baiknya pelayanan yang diberikan perusahaan dalam hal ini bank untuk memenuhi harapan pelanggan atau nasabah yang ada.

Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini, adalah untuk mengetahui:

1. Kualitas layanan dan fasilitas secara simultan terhadap loyalitas nasabah kredit Bank BRI Cabang Pembantu Palu.
2. Kualitas layanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah Kredit Bank BRI Cabang Pembantu Palu.
3. Fasilitas secara parsial terhadap loyalitas nasabah Kredit Bank BRI Cabang Pembantu Palu.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Kualitas Layanan

Ariani (2009:205) kualitas layanan merupakan atribut global perusahaan dan merupakan pertimbangan terhadap keberhasilan atau superioritas perusahaan secara menyeluruh. Tjiptono & Chandra (2012:74-75) juga berpendapat, dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran, karena kualitas memiliki level *universal*, kultural, sosial dan *personal* tergantung preferensi atau selera setiap individu. Secara sederhana kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat.

Fasilitas

Wahyuningrum (2005:4) Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan (Tjiptono 2011:38). Dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas merupakan suatu wadah dari perusahaan dalam hal ini bank untuk mempermudah setiap kegiatan nasabah yang berhubungan dengan kegiatan perbankannya.

Loyalitas Pelanggan

Griffin (2007:16) menyatakan Loyalitas Pelanggan adalah : *Is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit* (loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang jasa atau perusahaan). *Customer loyalty* atau loyalitas konsumen menurut Tunggal (2008:6) adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, *took*, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik, seperti pembelian ulang.

Penelitian Terdahulu

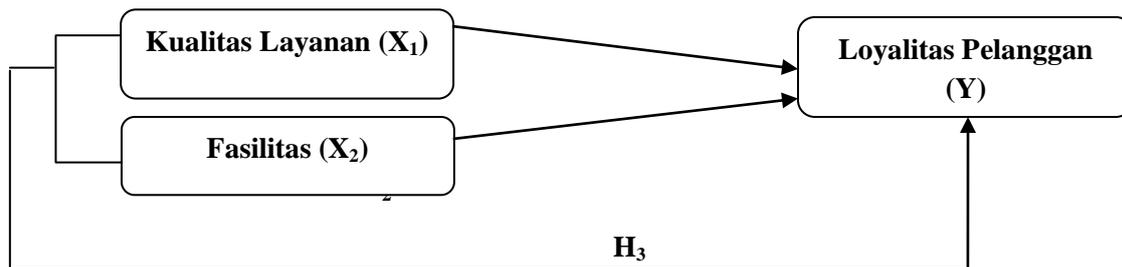
Daud (2013), tujuan penelitian ini adalah promosi dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen. Metode analisis penelitian yang di gunakan adalah metode regresi berganda. Data yang di gunakan adalah data primer yg di kumpulkan pada PT. Bess Finance Manado. Dengan hasil kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh pada keputusan pembeli pada konsumen PT BES Finance Manado.

Tumangkeng (2013), tujuan penelitian ini adalah kualitas produk suku bunga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Metode analisis penelitian yg digunakan adalah metode regresi berganda. Data yang di gunakan adalah data primer yg di kumpulkan pada KPR bank BTN cabang Manado. Dengan hasil kualitas produk, suku bunga, dan kualitas layanan secara bersama berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan KPR bank BTN manado.

Yudhy dan Suhendra (2005), tujuan penelitian ini adalah analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap nasabah kredit. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan dari BPR Arthaguna Sejahtera. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi berganda. Dengan hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit BPR Arthaguna Sejahtera.

Paradigma Penelitian

Paradigma Penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1 Paradigma Penelitian
Sumber kajian Teori 2013

Hipotesis

Hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H₁ : Kualitas layanan dan fasilitas diduga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas konsumen.
 H₂ : Kualitas layanan diduga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
 H₃ : Fasilitas diduga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dimana penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono 2010:55).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Bank BRI Cabang Pembantu Palu. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 28 April – 8 Mei 2014.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2010:115), Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan menurut Nazir (2005: 271), populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Kualitas atau ciri tersebut dinamakan variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Kredit Bank BRI Cabang Pembantu Sudirman Palu yang beralamat di Jl Sudirman No 12 Palu Sulawesi Tengah yang berjumlah 6.318 nasabah. Jumlah sampel di tentukan dengan rumus Slovin, yaitu sebesar 151 responden. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* (Sugiyono 2010:96).

Definisi dan Pengukuran Variabel

Variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) variabel bebas (X₁ dan X₂) dan 1 (satu) variabel terikat (Y). Berikut definisi variabel tersebut :

1. Kualitas Layanan (X₁)
Ariani (2009:205) kualitas layanan merupakan atribut global perusahaan dan merupakan pertimbangan terhadap keberhasilan atau superioritas perusahaan secara menyeluruh.
2. Fasilitas (X₂)
Wahyuningrum (2004:4) menyatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha.
3. Loyalitas Pelanggan (Y)

Lovelock (2005:133) loyalitas pelanggan adalah keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama.

Metode Analisis

Metode analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, termasuk koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi berganda, kemudian uji t dan uji f. Dengan metode analisis diatas maka data yang diperoleh akan diolah menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Pengujian asumsi ini dilakukan untuk menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel-variabel bebas dalam model regresi maupun untuk menunjukkan ada tidaknya derajat kolinearitas yang tinggi dari antara variabel-variabel bebas yang ada.

Suatu regresi dapat dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauhi atau *Tolerance* menjauhi 1 pada output *Coefficient*. Pengujian terhadap multi kolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas tersebut saling berkorelasi. Adanya hubungan linear diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Jika hal ini terjadi maka akan sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Uji Validitas

Uji validitas atau derajat ketepatan mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Yamin & Kurniawan 2009:23). Cara mengukur validitas melalui menghitung harga koefisien korelasi sederhana (*pearson correlation*) antara skor masing-masing butir dengan skor total dari butir-butir tersebut sebagai kriterianya.

Uji Realibilitas

Realibilitas/keandalan (derajat konsistensi) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat dianadalkan, artinya realibilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa 2009:44). Uji realibilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* yang dihitung baik berdasarkan varian skor dari setiap butir dan varian total butir ataupun melalui koefisien korelasi produk momen antar skor setiap butir (Mustafa 2009:45). Jika koefisien realibilitas hasil perhitungan menunjukkan angka $\geq 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut reliabel.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan persamaan regresinya menurut rangkuti (2011:64) adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan

Y = Loyalitas Pelanggan

X₁ = Kualitas Layanan

X₂ = Fasilitas

β_0 = *Intercept* Y

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien Regresi

e = *Error* atau sisa (residual)

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis koefisien regresi diperlukan untuk mencari tahu mengenai pengaruh variabel-variabel dalam penelitian ini. Dan pengujiannya digunakan statistik Uji F dan Uji T.

Pengujian dengan Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesa yang diuji dengan statistik uji F adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$ (Kualitas Layanan & Fasilitas) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu.

$H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$ (Kualitas layanan & Fasilitas) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu.

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel} (n-k-1)$, maka H_0 diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel} (n-k-1)$ maka H_0 ditolak. Apabila H_0 ditolak, maka secara bersama-sama X_1, X_2 berpengaruh terhadap Y .

Pengujian dengan Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Dalam analisis data, peneliti menggunakan program SPSS. Hipotesa yang diuji dengan Uji T adalah berikut ini :

$H_0 : \beta_1 = 0$ (Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu)

$H_a : \beta_1 \neq 0$ (Kualitas layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu)

$H_0 : \beta_2 = 0$ (Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu)

$H_a : \beta_2 \neq 0$ (Fasilitas berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu)

Kriteria pengujian yang dipergunakan :

Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, sebaliknya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pengujian Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X_1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.703	.336	.344	.368	.713
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	151	151	151	151	151	151
X1.2	Pearson Correlation	.703	1	.450	.505	.375	.795
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	151	151	151	151	151	151
X1.3	Pearson Correlation	.336	.450	1	.469	.296	.750
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	151	151	151	151	151	151
X1.4	Pearson Correlation	.344	.505	.469	1	.562	.767
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	151	151	151	151	151	151
X1.5	Pearson Correlation	.368	.375	.296	.562	1	.675
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	151	151	151	151	151	151
X1Total	Pearson Correlation	.713	.795	.750	.767	.675	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	151	151	151	151	151	151

Sumber : Pengolahan data SPSS 2014

Tabel 1 menunjukkan bahwa keseluruhan indikator kualitas layanan (X_1) memenuhi uji validitas karena dilihat dari angka *Pearson Correlation* > 0.3.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Fasilitas (X_2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2Total
	Pearson Correlation	1	.521	.373	.325	.663
X2.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	151	151	151	151	151
	Pearson Correlation	.521	1	.680	.264	.744
X2.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	151	151	151	151	151
	Pearson Correlation	.373	.680	1	.542	.851
X2.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	151	151	151	151	151

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Fasilitas (X_2) (lanjutan)

	Pearson Correlation	.325	.264	.542	1	.781
X2.4	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	151	151	151	151	151
	Pearson Correlation	.663	.744	.851	.781	1
X2Total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	151	151	151	151	151

Sumber : Pengolahan data SPSS 2014

Tabel 2 menunjukkan bahwa keseluruhan indikator Fasilitas (X_2) memenuhi uji validitas karena dilihat dari angka *Pearson Correlation* > 0.3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	YTotal
	Pearson Correlation	1	.555	.490	.530	.400	.782
Y1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	151	151	151	151	151	151
	Pearson Correlation	.555	1	.435	.580	.614	.815
Y2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	151	151	151	151	151	151
	Pearson Correlation	.490	.435	1	.411	.380	.732
Y3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	151	151	151	151	151	151
Y4	Pearson Correlation	.530	.580	.411	1	.594	.788

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	151	151	151	151	151	151
	Pearson Correlation	.400	.614	.380	.594	1	.748
Y5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	151	151	151	151	151	151
	Pearson Correlation	.782	.815	.732	.788	.748	1
YTotal	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	151	151	151	151	151	151

Sumber : Pengolahan data SPSS 2014

Tabel 3 menunjukkan bahwa keseluruhan indikator Loyalitas Nasabah (Y) memenuhi uji validitas karena dilihat dari angka *Pearson Correlation* > 0.3.

Uji Realibilitas

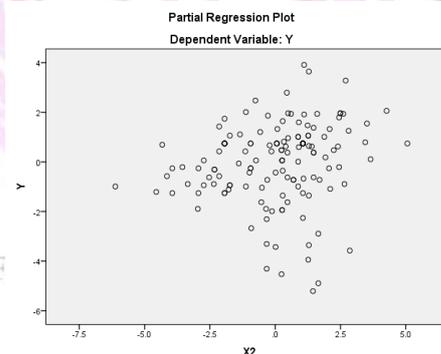
Tabel 4. Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach's
Kualitas Layanan (X ₁)	.719
Fasilitas (X ₂)	.830
Loyalitas Pelanggan (Y)	.781

Sumber : Pengolahan data SPSS 2014

Tabel 4 menunjukkan keseluruhan indikator pertanyaan kualitas layanan (X₁) dan fasilitas (X₂) serta loyalitas nasabah (Y) memenuhi uji realibilitas karena dilihat dari angka *Alpha Cronbach's* > 0.6.

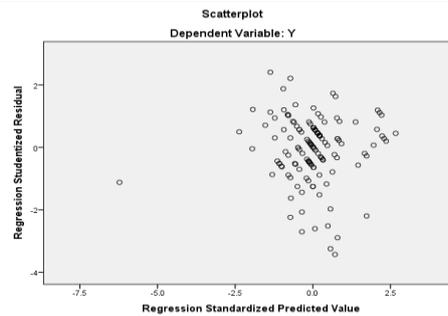
Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Pengolahan Data SPSS Tahun 2014
Hubungan loyalitas nasabah dengan kualitas layanan

Gambar 2 dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang terbentuk, dengan kata lain grafik menggambarkan plot menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu X₁ dan X₂ terhadap Y terbebas dari heteroskedastisitas.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Sumber : Pengolahan Data SPSS Tahun 2014
 Hubungan loyalitas nasabah dengan fasilitas

Pencaran data di atas terlihat tidak memperlihatkan sebuah pola tertentu, misal pola menaik ke atas, atau menurun ke kiri atas atau pola tertentu lainnya. Hal ini menunjukkan model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Tujuan dilakukannya uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi yang baik seharusnya bebas dari masalah multikolinieritas dan tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

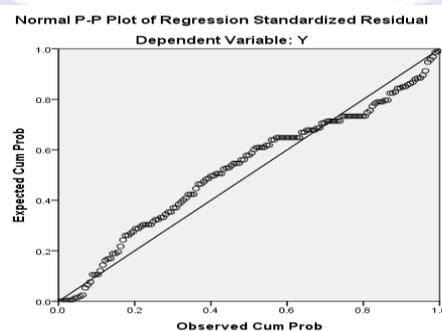
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X ₁	.686	1.457
X ₂	.686	1.457

Sumber : Pengolahan data SPSS tahun 2014

Tabel 5 menunjukkan tidak terjadi hubungan diantara variabel-variabel independen yaitu kualitas layanan (X₁) dan fasilitas (X₂). Dengan demikian, asumsi multikolinieritas terpenuhi (bebas dari multikolinieritas) karena nilai *tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10 maka model regresi bebas multikolinieritas.

Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel X₁ dan X₂ terhadap Y mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah apabila distribusi data normal atau mendekati normal, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4. Hasil Uji Normalitas
 Sumber : Pengolahan data SPSS 2014

Pada histogram, data distribusi nilai residu (error) menunjukkan distribusi normal. Juga pada normal probability plot, terlihat sebaran error masih ada disekitaran garis lurus. Kedua hal ini menunjukkan model

regresi memenuhi asumsi normalitas, atau residu dari model dapat dianggap berdistribusi secara normal. Hal ini membuktikan bahwa model pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y dalam uji normalitas telah terpenuhi.

Analisis Linier Berganda

Sebagaimana telah di kemukakan pada bagian sebelumnya bahwa tujuan penelitian ini mengetahui pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y dan untuk menguji kebenaran hipotesis digunakan analisa kuantitatif dengan metode regresi linier berganda yang perhitungannya dilakukan dengan menggunakan bantuan paket program komputer *software Program SPSS Version 20*, dari hasil pengolahan data adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Analisis Linier Berganda

Variabel	B
1 (Constant)	1.267
X_1	.291
X_2	.128

Sumber : Pengolahan data SPSS Tahun 2014

Dari hasil analisis diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1.267 + 0,291 X_1 + 0,128 X_2 \text{ dimana : } Y = \text{loyalitas pelanggan, } X_1 = \text{kualitas layanan dan } X_2 = \text{fasilitas.}$$

1. Konstanta sebesar 1.267 menyatakan bahwa jika tidak ada biaya peningkatan kualitas layanan dan fasilitas, maka loyalitas nasabah sebesar 1.267.
2. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,291 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) Rp. 1, biaya penambahan kualitas layanan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,291
3. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,128 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 fasilitas maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,128

Koefisien Korelasi Uji R

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh kualitas layanan (X_1) dan fasilitas (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y). Nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Koefisien Determinasi (r^2) dan korelasi (r)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.619	.613	1.583

Sumber : Pengolahan data SPSS 2014

1. Angka R square adalah 0,619. Hal ini berarti 61,9% dari variabel loyalitas pelanggan bisa dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan fasilitas. Sedangkan sisanya (100%-61,9%=38,1%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar penelitian.
2. Standard Error of Estimate adalah 1,58 (satuan yang dipakai adalah variabel dependen atau dalam hal ini adalah loyalitas pelanggan)

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	601.177	2	300.588	120.003	.000 ^b
	Residual	370.717	148	2.505		
	Total	971.894	150			

Sumber : Pengolahan Data SPSS Tahun 2014

Dari uji ANOVA atau F test, didapat F hitung adalah 120,003 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi tingkat

loyalitas nasabah. Atau bisa dikatakan, kualitas layanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu X_1 dan X_2 secara parsial berpengaruh terhadap Y dengan cara melakukan perbandingan antara nilai-nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ atau membandingkan probabilitas pada taraf nyata 95% dari koefisien parsial (r) sehingga dapat diketahui pengaruh variabel bebas secara individu dengan menggunakan kriteria uji hipotesis dengan uji t sebagai berikut :

1. $t_{hitung} \leq t_{tabel} (0,05)$, maka H_0 diterima
2. $t_{hitung} > t_{tabel} (0,05)$, maka H_0 ditolak

Tabel 9. Hasil Uji T

Cosefisien	
t	sig
.965	.336
11.691	.000
1.872	.063

Sumber : Pengolahan Data SPSS Tahun 2014

Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen (loyalitas nasabah). Terlihat pada angka SIG (singkatan dari signifikansi atau besaran nilai probabilitas) yang jauh dibawah 0,025. Maka dapat dikatakan kedua koefisien regresi signifikan atau kualitas layanan dan fasilitas benar-benar berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Pembahasan

Hasil dari penelitian diatas didapati bahwa secara simultan atau bersama-sama dan secara parsial atau masing-masing X_1 (Kualitas Layanan) dan X_2 (Fasilitas) berpengaruh terhadap Y (Loyalitas Pelanggan). Ini terbukti dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan nilai signifikansi yang lebih melebihi 95% dan tingkat kemungkinan perhitungan ini melakukan kesalahan < 0.05 . Begitupun secara parsial nilai t_{hitung} dengan nilai signifikansi yang melebihi 95% dan tingkat kemungkinan perhitungan model ini melakukan kesalahan < 0.05 . Hal ini dikarenakan loyalitas konsumen (nasabah) adalah fasilitas yang diberikan oleh pihak bank itu sendiri.

Kualitas layanan memiliki peranan yang penting dalam pengaruhnya secara parsial terhadap loyalitas nasabah, karena kualitas layanan pada Bank BRI Cabang Pembantu merupakan suatu bentuk penilaian yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan akan dihasilkan oleh setiap kegiatan operasional yang dilakukan Bank BRI Cabang Pembantu, dan keberhasilan setiap kegiatan operasional perusahaan ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain faktor karyawan, sistem dan teknologi dari Bank BRI Cabang Pembantu Palu itu sendiri. Dengan meningkatkan kualitas layanan dari Bank BRI Cabang Pembantu Palu, maka dapat menciptakan loyalitas nasabah itu sendiri.

Fasilitas yang disediakan oleh Bank BRI Cabang Pembantu Palu adalah sumber daya fisik perusahaan yang harus ada sebelum mereka menawarkan jasa perbankan yang mereka miliki kepada nasabah. Fasilitas dapat juga berupa sesuatu yang memudahkan kegiatan nasabah dalam memperoleh kepuasan sehingga tercipta loyalitas dari nasabah itu sendiri. Adanya fasilitas yang memadai pada usaha perbankan tersebut maka akan membuat nasabah puas dan tetap setia menggunakan layanan perbankan yang mereka tawarkan. Sebaliknya jika fasilitas yang diberikan tidak memadai maka nasabah tidak akan merasa puas sehingga tidak akan tercipta loyalitas dari nasabah itu sendiri.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Daud (2013) yang berjudul promosi dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan pada PT Bess Finance Manado. Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah promosi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Bess Finance Manado. Dengan pengambilan sampel 62 responden dengan metode *purposive sampling* didapati hasil penelitian yang menunjukkan bahwa promosi dan kualitas layanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasill penelitian yang sama di kemukakan oleh Tumangkeng (2013) dalam penelitiannya yang berjudul kualitas produk, suku bunga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan beserta kualitas produk dan suku bunga juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado.

Hasil penelitian yang samapun terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Yudhy & Suhendra (2005) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus BPR Arthaguna Sejahtera) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan dan Fasilitas secara bersama berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Bank BRI Cabang Pembantu Palu.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Bank BRI Cabang Pembantu Palu.
3. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Bank BRI Cabang Pembantu Palu.

Saran

Saran dari penelitian ini adalah :

1. Manajemen BRI sebaiknya meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang mereka berikan agar dapat meningkatkan loyalitas dan mempermudah setiap kegiatan perbankan nasabahnya.
2. Penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian lainnya yang sejenis dan dapat diterapkan pada penelitian-penelitian di objek yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. Wahyu. 2009. Manajemen Operasi Jasa. Cetakan Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Daud, Denny. 2013. Promosi Dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT Bess Finance Manado. *Jurnal Emba*. ISSN 2303-1174. Vol.1 No.4 (2013). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2563/2095>. Diakses tanggal 15 Maret 2014. Hal.51-59.
- Griffin, Jill. 2007. Customer Loyalty. Edisi Revisi dan Terbaru. Erlangga, Jakarta.
- Lovelock, Christopher., H dan Lauren, K., Wright. Manajemen Pemasaran Jasa. Indeks, Jakarta.
- Mustafa, Z. 2009. Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi. Graha Ilmu, Jakarta
- Nazir, Moh. 2005. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2011. Riset Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono,2010. Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra,2012. Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., Chandra, G., dan Adriana, D. 2011. Pemasaran Strategik. Andi, Yogyakarta.

- Tumangkeng, Gerardo Andre. 2013. Kualitas Produk, Suku Bunga Dan Kulaitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. *Jurnal Emba*. ISSN 2303-1174.Vol.1 No.4 (2013).<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2575/2107>. Diakses tanggal 25 Maret 2014. Hal 78-85.
- Tunggal, Amin Widjaja , 2008. *Audit Manajemen*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Wahyuningrum. 2005. *Buku Ajar Manajemen Fasilitas Pendidikan Yogyakarta*. FIP UNY, Yogyakarta.
- Yamin S., dan Kurniawan, H. 2009. *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Salemba Infotek, Jakarta.
- Yudhy, Ferry I dan Suhendra, Susi. 2005. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Kredit (Studi Kasus BPR Artha Guna Sejahtera). *Jurnal Gunadarma Manajemen Perbankan*. http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/postgraduate/management/Perbankan/Artikel_91205169.pdf. Diakses tanggal 15 Maret 2014. Hal 1-14.

