

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
PADA SEBUAH BANK NASIONAL  
DI PURWODADI  
GROBOGAN  
SKRIPSI**



**Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen pada  
Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi**

Oleh  
**SITI MAHMUDAH**  
07090166 L

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SETIA BUDI  
SURAKARTA  
2013**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH SEBUAH BANK NASIONAL DI PURWODADI GROBOGAN

Skripsi ini telah di setujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang ujian skripsi pada :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I



Nang Among Budiardi, SE., M.Si

Pembimbing II



Ariefah Yulandari, SE., MM.

Mengetahui

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Ariefah Yulandari, SE., MM

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH SEBUAH BANK NASIONAL  
DI PURWODADI GROBOGAN**

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi  
Universitas Setia Budi pada :

Hari :

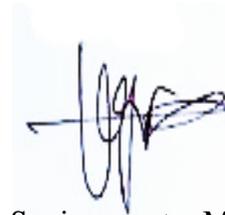
Tanggal :

Penguji I



Drs. Waluyo Budi Atmoko, MM.

Penguji II



Drs. Sugiyarmasto, MM

Penguji III



Nang Among Budiadi, SE., M.Si

Penguji IV



Ariefah Yulandari, SE., MM.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Didik Setyawan, SE., MM., M.Sc



Ariefah Yulandari, SE. MM

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA SEBUAH BANK NASIONAL DI PURWODADI GROBOGAN” adalah karya saya. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat dengan pemikiran dari penulis lain, yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri, dan atau keseluruhan tulisan yang saya salin atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa menyebutkan penulis dari sumber aslinya. Semua isi dari skripsi ini menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis

Surakarta,      Maret 2013



Siti Mahmudah

07090166L

## *MOTTO DAN PERSEMBAHAN*

### *Motto*

*Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana  
dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama*

### *Persembahan*

*Untuk guruku*

*Orangtuaku*

*Suamiku*

*Dan generasi penerusku*

## *INTISARI*

### PENGARUH KUALITAS DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK NASIONAL DI PURWODADI GROBOGAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nasional di Purwodadi Grobogan. Alasan mengangkat permasalahan ini adalah adanya fenomena berdasarkan data Bank Nasional bahwa banyak nasabah yang tidak aktif sehingga rekening mereka tutup secara otomatis. Disamping itu ada teori yang melandai, bahwa kualitas dan kepercayaan mempengaruhi loyalitas.

Sampel dikumpulkan menggunakan teknik *convenience sampling* dengan mempertimbangkan proporsi yang seimbang antara kelompok populasi yang masih memiliki rekening dan kelompok nasabah yang sudah tutup rekeningnya karena sudah tidak aktif. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner yang sebelumnya diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan acuan nilai 0,5 dan 0,7 untuk memastikan bahwa kuesioner tersebut sudah baik. Data dari sejumlah 120 responden diolah menggunakan regresi berganda dengan uji F-test, t-test, serta melihat koefisien determinasi dan nilai beta standarnya. Program SPSS yang dipakai adalah versi 17.0.

Hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas dan kepercayaan secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas dengan tingkat signifikansi uji F sebesar 0,00. Sementara itu kualitas dan kepercayaan secara individu berpengaruh pada loyalitas yang ditunjukkan oleh uji t signifikan berturut-turut pada 0,00 dan 0,004. Hasil ini membuktikan secara kuat bahwa kualitas dan kepercayaan berpengaruh pada loyalitas.

**Kata kunci: Kualitas, Kepercayaan, Loyalitas**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi persyaratan kurikulum dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Universitas Setia Budi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat hal yang kurang sempurna, sehubungan dengan adanya keterbatasan penulis. Walaupun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar inti dari pembahasan dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun para pembaca.

Ucapan terima kasih dan penghargaan saya berikan setinggi – tingginya atas bantuan dalam melakukan penelitian ini, dalam kesempatan ini saya berterima kasih kepada :

1. Bapak Didik Setyawan, SE., MM, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.
2. Bapak Nang Among Budiardi, SE.,M.Si dan Ibu Ariefah Yulandari, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas bimbingan dan arahannya dalam penelitian ini.
3. Bapak Nang Among Budiadi, SE., M.Si. dan Bapak Sugiyarmasto, MM selaku dosen penguji yang telah memberikan semangat dan bantuan sehingga terselesaikan penelitian ini.

4. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan ilmunya sehingga penulisan penelitian ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi yang bersedia membantu hingga terselesainya penelitian ini.
6. Kedua orang tua dan suami tercinta yang selalu memberi dukungan dan semangat yang luar biasa, mendidik dan merawat dengan susah payah dan selalu mendoakan tanpa henti.
7. Teman – teman yang selalu memberi semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu merakhmati dan meridloi upaya – upaya kita sebagai penulis, untuk membuat generasi penerus yang berpendidikan dan berwawasan tinggi untuk membangun negara menjadi lebih baik. Amin

Surakarta,   Maret 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan Pembimbing.....	ii
Lembar Pengesahan Penguji dan Dekan.....	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Motto dan Persembahan.....	v
Sari.....	vi
Abstract.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>9</b>
A. Loyalitas Nasabah.....	9
B. Kualitas Layanan.....	12
C. Kepercayaan Nasabah.....	19
D. Model Penelitian Empiris.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
A. Batasan Penelitian.....	23

B. Jenis Data.....	23
C. Metode Pengumpulan Data .....	23
D. Populasi dan Sampel .....	24
E. Definisi Operasional dan Indikator .....	25
F. Analisis Uji Reliabilitas dan Validitas .....	26
G. Analisis Regresi.....	27
H. Pengujian Hipotesis .....	28
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
A. Analisis Uji Reliaabilitas dan Validitas.....	32
B. Analisis Regresi .....	34
C. Pengujian Hipotesis .....	35
D. Pembahasan .....	39
<b>BB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....</b>	<b>42</b>
A. Kesimpulan.....	42
B. Keterbatasan .....	43
C. Saran .....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>45</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini persaingan dalam bisnis perbankan semakin ketat sehingga mendorong para pelaku bisnis untuk menciptakan atau menyediakan produk-produk yang inovatif sehingga dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggannya. Dukungan teknologi menjadi pilihan yang tak terelakkan untuk digunakan agar penciptaan produk yang bermutu, pelayanan yang baik dan kemudahan bagi pelanggan dapat diwujudkan, bahkan penerapan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penentu keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis yang semakin tajam dan cenderung berorientasi pada *customer value*.

Keberhasilan pemasaran suatu produk sering tidak cukup hanya dengan menawarkan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh jasa tersebut. Justru yang terpenting adalah apakah penyediaan produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah sehingga dapat meningkatkan nilai nasabah (*customer value*). Keberhasilan pemasaran tersebut hanya bisa dicapai melalui penerapan strategi pemasaran yang melibatkan perusahaan dan nasabah.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yaitu meliputi kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas

pelanggan (*customer loyalty*) sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pritchard et al (1999) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terhadap merek (*brand loyalty*) dipengaruhi langsung oleh kepuasan pelanggan pada merek yang diakumulasikan melalui waktu.

Dalam kaitannya dengan kesetiaan pelanggan, Anderson et al (1994) menyatakan bahwa apabila pelanggan puas terhadap produk atau layanan yang diberikan, akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang (*repurchase*) di masa yang akan datang, menurunkan elastisitas harga, menghambat pesaing menarik pelanggan karena pelanggan enggan berpindah (*switching*), menurunkan biaya dan waktu transaksi berikutnya, menurunkan biaya penanganan ketidaksesuaian produk/jasa, menurunkan biaya pencarian pelanggan baru karena pelanggan akan cenderung menginformasikan kepada calon pelanggan lainnya, karena perusahaan memiliki produk dan layanan yang memuaskan, sehingga reputasi perusahaan turut terangkat.

Untuk sebuah bank, tantangan dan peluang yang terjadi akan semakin bertambah besar. Eksistensi dari bank ini tidak hanya dilihat dari keberhasilan mereka membaca tantangan dan peluang bisnis semata, tetapi juga kan dilihat dari keberhasilan mereka di dalam memberikan *values* kepada para *stakeholder*-nya dengan selalu memberikan yang terbaik. Baik secara produk, servis, maupun *image* dari bank itu sendiri. Hal ini disadari betul oleh Bank Nasional Kantor Cabang Purwodadi dengan selalu melakukan evaluasi dan perbaikan baik secara internal maupun eksternal untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Semangat untuk menjadi lebih baik dan kemauan untuk terus belajar selalu menghidupi setiap

langkah perusahaan dan menjadi bukti nyata keberadaan Bank Nasional Cabang Purwodadi sampai saat ini. Keberhasilan Bank Nasional Cabang Purwodadi dalam menghadapi tantangan yang ada sudah terbukti dengan kinerja yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Sekarang ini Bank tersebut sudah termasuk salah satu bank yang berstatus sebagai bank sehat dan mendapat tempat tersendiri di dunia perbankan Indonesia (Infobank, 2010).

Melihat hasil penilaian dari MRI, Bank Nasional Cabang Purwodadi selama tahun 2010 melakukan pembenahan diri. Dengan slogan perusahaan "Menjadi Bank Kebanggaan Nasional yang Unggul dalam Layanan dan Kinerja." Dari sisi kepentingan langsung nasabah, Bank Nasional ini perlu memperbaiki wajah dibidang pelayanannya. Wajah yang semula kaku dan birokratis perlu berubah menjadi bank dengan jalur pelayanan yang luwes dan simple. Wajah bank yang sering mengalami gangguan *off-line* atau *out of service* menjadi bank yang memiliki IT yang tangguh dan canggih. Wajah pelayanan yang lamban dan kurang *friendly* menjadi wajah yang sigap dan lebih bersahabat. Hal terpenting adalah mengubah wajah yang kurang begitu perhatian menjadi wajah yang sangat peduli (*concern*) pada kebutuhan nasabah (Infobank, 2010). Persaingan antar bank dahulu belum ketat jadi persepsi nasabah tidak mempunyai standard yang tinggi, sehingga image Bank Nasional ini dikenal mempunyai pelayanan yang bagus. Namun sekarang dengan tingkat persaingan bank yang tinggi, maka kualitas layanan sangatlah penting sehingga nasabah mempunyai persepsi bahwa Bank Nasional Cabang Purwodadi mempunyai fasilitas yang kurang nyaman. Tampaknya usaha perubahan itu belum bisa terealisasi secara maksimal. Adanya

keluhan-keluhan yang ditujukan kepada Bank Nasional ini, terutama menitikberatkan terhadap kualitas pelayanan, mulai dilakukan oleh nasabah, baik secara langsung kepada pihak manajemen atau melalui surat pembaca di media-media cetak. Nasabah mengeluhkan sistem antrian di beberapa kantor cabang yang dianggap tidak efisien dan lama, ketidakramahan petugas pada saat pelayanan hingga ketidakpuasan mereka terhadap keterlambatan pelayanan yang mereka terima. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Nasional Cabang Purwodadi tidak saja dinilai oleh MRI tetapi juga oleh nasabah itu sendiri. Selain itu, Permasalahan dalam penelitian ini adalah masih banyaknya jumlah rekening tabungan yang ditutup pada tahun 2012 (lihat tabel 1.1)

**Tabel 1.1**

**Jumlah Rekening Tabungan yang Ditutup atau tidak aktif dan  
Jumlah Rekening Tabungan yang Masih Aktif pada Tahun 2012**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Rekening Tabungan Yang ditutup (Nasabah)</b>	<b>Jumlah Rek tabungan yang masih Aktif (Nasabah)</b>
2012	100	500

Sumber : Sebuah Bank Nasional Purwodadi Grobogan 2012

Data jumlah penutupan rekening diatas oleh nasabah menunjukkan adanya kekecewaan nasabah terhadap layanan yang diberikan Bank Nasional tsb, hal ini

apabila tidak segera diperbaiki akan meningkatkan minat mereferensikan negatif bagi Perusahaan.

Mudahnya pelaku bisnis lain untuk mengetahui, bahkan meniru, dan menyusun strategi baru yang lebih unggul, membuat bisnis perbankan selalu dinamis dalam kondisi persaingan yang ketat. Bank harus terus mengupayakan diferensiasi, *content* (produk bank), *context* (bagaimana service atau pelayanan diberikan) atau *infrastructure* (meliputi teknologi, fasilitas maupun faktor sumber daya manusia). Oleh sebab itu sentuhan pelayanan terhadap nasabah yang tepat akan berperan dalam memberikan nilai lebih terhadap penilaian penerimaan (persepsi) nasabah terhadap produk bank secara keseluruhan (Wibowo, 2010).

Mencermati kondisi diatas merupakan bagian sangat penting untuk diperhatikan, terutama saat konsentrasi kita tertuju pada apa yang selalu dirasakan oleh para nasabah. Nasabah adalah salah satu peran utama dalam bisnis perbankan, dalam pengertian yang lebih luas membangun kepercayaan nasabah akan berdampak langsung terhadap aspek reputasi. Membangun komunikasi yang baik (adanya informasi yang efektif bagi nasabah) bagi sebuah bisnis korporasi adalah sebuah keniscayaan disamping harus didukung kepercayaan (kepercayaan nasabah) yang berkembang secara terus menerus (simultan).

Penyampaian layanan yang berkualitas dewasa ini dianggap suatu strategi yang esensial agar bank sukses dan dapat bertahan. Penerapan manajemen kualitas dalam industri jasa menjadi kebutuhan pokok apabila ingin berkompetisi di pasar domestik apalagi di pasar global (Gaspersz, 1997). Hal ini disebabkan kualitas

pelayanan dapat memberi kontribusi pada kepuasan nasabah, pangsa pasar dan profitabilitas. Oleh karena itu, perhatian para manajer saat ini lebih diprioritaskan pada pemahaman dampak kualitas layanan terhadap keuntungan dan hasil-hasil financial yang lain dalam bank.

Kecenderungan yang ada sekarang adalah bahwa kegiatan pemasaran sudah tidak lagi ditujukan untuk pertukaran atau transaksi yang terjadi sekali saja, tetapi sudah mulai mengarah pada pertukaran yang terus menerus dan berkesinambungan. Jika pada masa lalu proses pemasaran berakhir ketika transaksi jual beli telah terjadi, dimana barang berpindah kepemilikan dari penjual ke pembeli, maka sekarang banyak pemasaran yang menganut *relationship marketing* yang berpandangan bahwa pemasaran seharusnya memberikan perhatian pada transaksi yang sedang berlangsung dan memanfaatkannya sebagai dasar untuk hubungan pemasaran yang berkelanjutan di masa depan. Dengan demikian sebenarnya yang penting pada masa sekarang adalah bagaimana menciptakan kualitas layanan dalam meningkatkan kepercayaan nasabah dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, dimana Parasuraman et al., (1994) menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif. Pada pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah juga menunjukkan adanya hubungan, dimana Parasuraman et al, (1990) menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif.

## **B. Perumusan Masalah**

Permasalahan dalam penelitian ini karena adanya *fenomena gap* yaitu: banyaknya jumlah rekening tabungan Bank Nasional Cabang Purwodadi yang ditutup, hal tersebut mengindikasikan menurunnya rasa percaya nasabah (*trust*) yang mengakibatkan turunnya jumlah nasabah. Masalah penurunan jumlah nasabah akibat dari berpindahnya nasabah Bank Nasional tersebut ke Bank lain dalam jangka panjang akan mempengaruhi kelangsungan hidup dari Bank ini. Terkait dengan masalah tersebut maka perlu dipelajari variabel yang mempengaruhinya sehingga dapat dilakukan upaya untuk memecahkan masalah tersebut.

Berdasarkan fenomena dan alasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka perlu diteliti loyalitas dari nasabah Bank Nasional Cabang Purwodadi, terkait dengan kualitas dan kepercayaan nasabah sehingga dapat dilihat keterkaitan hubungan antar variabel tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dapat dijabarkan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah?
3. Variabel mana yang memiliki kontribusi pengaruh yang lebih besar terhadap loyalitas nasabah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.
2. Menguji pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah
3. Mengetahui dominasi pengaruh variabel yang mempengaruhi Y.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Diharapkan penelitian ini berguna bagi banyak pihak. Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi institusi pendidikan, diharapkan penelitian ini berguna untuk menambah informasi dan dapat dijadikan referensi sebagai pembanding bagi penelitian sejenis dalam penelitian manajemen.
2. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat digunakan PT. Bank Nasional Kantor Cabang Purwodadi sebagai bahan masukan untuk menjaga kualitas layanan, kepercayaan nasabah, dan loyalitas nasabah sehingga dapat meningkatkan performa perusahaan di masa mendatang.