

---

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT. BPR MANGATUR  
GANDA CABANG SARUDIK**

**Lucia Nenca, Sondang N. B. Marbun<sup>✉</sup>, Maludin Panjaitan**

Program Studi Manajemen Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia

Email: [sondangmarbun61@gmail.com](mailto:sondangmarbun61@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Kualitas layanan yaitu segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan kepuasan pelanggan. Pada uji parsial atau uji t, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik. Pada uji-f mengatakan bahwa Kualitas layanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik. Maka hipotesis dalam penelitian ini telah terbukti dan dapat diterima. Pada koefisien determinasi, hasil analisis pengaruh kualitas layanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) menunjukkan bahwa  $R\text{ Square} = 0.694$ .*

**Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.**

---

**PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi ini, persaingan bisnis-bisnis yang dihadapi perusahaan saat ini semakin ketat, sehingga manajemen lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya agar dapat meraih pangsa pasar. Manajemen perusahaan mendesain dan mengimplementasikan strategi yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan pelanggannya.

Begitu juga dengan bank yang memiliki banyak pesaing sehingga bank selalu meningkatkan layanan mereka agar nasabah mereka semakin loyal. Nasabah menginginkan jasa yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah dan lebih baik. Karakteristik lebih cepat berhubungan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan memperoleh jasa yang ditawarkan oleh bank. Karakteristik lebih murah berkaitan dengan biaya yang menggambarkan bunga simpanan dan pinjaman serta cicilan pembayaran pinjaman yang ditawarkan oleh bank. Karakteristik lebih baik berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah.

Pelayanan nasabah pada PT. BPR Mangatur Ganda diberikan oleh berbagai pihak baik *customer service*, *teller* atau *kasir* maupun *public realition*. Namun istilah *customerservice* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus untuk melayani nasabah dengan nama *customer service*. Disamping itu pelayanan nasabah juga diberikan oleh *teller*, beda antara keduanya adalah *customer service* dalam bertugas melayani nasabah, seperti mendengar keluhan nasabah sedangkan tugas *teller* berhubungan dengan penyetoran dan penarikan uang, lebih banyak kepada bidang penyetoran dan penarikan uang nasabah.

*Customer service* memegang peranan sangat penting di berbagai perusahaan dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah yang bersangkutan dengan berbagai cara, selain itu *customerservice* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Berikut ini perkembangan jumlah nasabah pada PT. BPR Mangatur Ganda pada tahun 2018-2020.

## KAJIAN PUSTAKA

### Pemasaran

Menurut Gronroos dalam Tjiptono (2018:3), “Pemasaran adalah mengembangkan, mempertahankan, dan meningkatkan relasi dengan para pelanggan dan mitra lainnya, dengan mendapatkan laba, sedemikian rupa sehingga tujuan masing-masing pihak dapat tercapai. Hal ini dapat diwujudkan melalui pertukaran dan pemenuhan janji yang saling menguntungkan”.

### Pengertian Dan Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan Keller dalam Tjiptono (2018:26), ”Jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu

Menurut Stanton dalam Priansa (2017:65), “Jasa merupakan segala sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud, dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak”.

### Pengertian Kualitas pelayanan

Goeth dan davis yang dikutip Tjiptono (2015:51) menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan

adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

### **Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2018:353), “kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan”.

Menurut Oliver dalam Tjiptono (2018:354-355), “kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan”.

### **Pengertian Loyalitas Pelanggan**

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:104) loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. BPR Mangatur Ganda beralamatkan di Jl. Padang Sidempuan No.6 km.5 Sibuluan Nalambok Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah. Adapun penelitian dilakukan pada bulan Januari 2021 sampai dengan bulan Mei 2021.

### **Sampel**

Menurut Sugiyono (2019:136), “Sampel adalah sebagian dari populasi itu”. Untuk menentukan besar sampel yang diperlukan, maka digunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel (10% atau 0,1)

Sehingga jumlah sampel menjadi:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{1.091 \sqrt{1.091}}{1 + (1.091)(0,1)^2} = \frac{1.091}{1.091} = 91.60 \text{ dibulatkan menjadi } 92 \text{ responden.}$$

### Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengolahan data menggunakan *Software SPSS 24 for Windows*

### Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda (*Multiple Linier Regression Analysis*) ditujukan untuk menentukan hubungan linier antara dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel terikat yang disebut Y. Adapun model persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

$X_1$  = Variabel Kualitas Layanan

$X_2$  = Variabel Kepuasan Pelanggan

e = Standar error (tingkat kesalahan)

## HASIL PENELITIAN

### Deskripsi Identitas Responden

Penulis mendeskripsikan karakteristik responden berdasarkan: jenis kelamin, status pekerjaan, pekerjaan, pendapatan, pendidikan terakhir dan lama menjadi nasabah. Berikut ini hasil pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

**Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	Laki - laki	51	55.4%
2.	Perempuan	41	44.6%
<b>Total</b>		<b>92</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 1 di atas diperoleh data, dari 92 orang jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 51 orang atau 55.4% dan responden perempuan sebanyak 41 orang atau 44.6%. Maka dalam penelitian ini mayoritas responden pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik adalah berjenis kelamin laki-laki.

**Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

No.	Status Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Bekerja	60	65.2%
2.	Tidak Bekerja	32	34.8%
<b>Total</b>		<b>92</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 2 di atas diperoleh data, dari 92 orang jumlah responden yang bekerja sebanyak 60 orang atau 65.2% dan yang tidak bekerja sebanyak 32 orang atau 34.8%. Maka dalam penelitian ini mayoritas responden pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik adalah bekerja.

**Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Ibu Rumah Tangga	7	7.6%
2.	Karyawan Swasta	16	17.4%
3.	Pegawai Negeri	22	23.9%
4.	Pelajar/Mahasiswa	10	10.9%
5.	Pensiunan	15	16.3%
6.	Wiraswasta	22	23.9%
<b>Total</b>		<b>92</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 3 di atas diperoleh data, dari 92 orang jumlah responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 7 orang atau 7.6%, karyawan swasta sebanyak 16 orang atau 17.4%, pegawai negeri sebanyak 22 orang atau 23.9%, pelajar/mahasiswa sebanyak 10 orang atau 10.9%, pensiunan sebanyak 15 orang atau 16.3%, dan wiraswasta sebanyak 22 orang atau 23.9%. Maka dalam penelitian ini mayoritas responden pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik adalah bekerja sebagai pegawai negeri dan wiraswasta.

**Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan**

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1.	>Rp20.000.000	12	13.0%
2.	19.000.000 – Rp 20.000.000	18	19.6%
3.	Rp 15.000.000 – Rp 16.000.000	37	40.2%
4.	Rp 17.000.000 – Rp 18.000.000	25	27.2%
<b>Total</b>		<b>92</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 4 di atas diperoleh data, dari 92 orang jumlah responden yang berpendapatan >Rp20.000.000 sebanyak 12 orang atau 13.0%, 19.000.000 –

Rp 20.000.000 sebanyak 18 orang atau 19.6%, Rp 15.000.000 – Rp 16.000.000 sebanyak 37 orang atau 40.2%, dan Rp 17.000.000 – Rp 18.000.000 sebanyak 25 orang atau 27.2%. Maka dalam penelitian ini mayoritas responden pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik adalah yang berpendapatan sebesar Rp 15.000.000 – Rp 16.000.000.

**Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1.	Diploma	29	31.5%
2.	Pascasarjana	28	30.4%
3.	Sarjana	27	29.3%
4.	SMA/SMK	8	8.7%
<b>Total</b>		<b>92</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 5 di atas diperoleh data, dari 92 orang jumlah responden yang berpendidikan diploma sebanyak 29 orang atau 31.5%, pascasarjana sebanyak 28 orang atau 30.4%, sarjana sebanyak 27 orang atau 29.3%, dan SMA/SMK sebanyak 8 orang atau 8.7%. Maka dalam penelitian ini mayoritas responden pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik adalah berpendidikan diploma.

**Tabel 6. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah**

No.	Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi	Persentase
1.	>23 bulan	17	18.5%
2.	12 bulan – 17 bulan	21	22.8%
3.	18 bulan – 23 bulan	20	21.7%
4.	8 bulan - 11 bulan	34	37.0%
<b>Total</b>		<b>92</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 6 di atas diperoleh data, dari 92 orang jumlah responden yang menjadi nasabah >23 bulan sebanyak 17 orang atau 18.5%, 12 bulan – 17 bulan sebanyak 21 orang atau 22.8%, 18 bulan – 23 bulan sebanyak 20 orang atau 21.7%, dan 8 bulan - 11 bulan sebanyak 34 orang atau 37.0%. Maka dalam penelitian ini mayoritas responden pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik menjadi nasabah selama 8 bulan - 11 bulan.

### Uji Validitas Data

**Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>)**

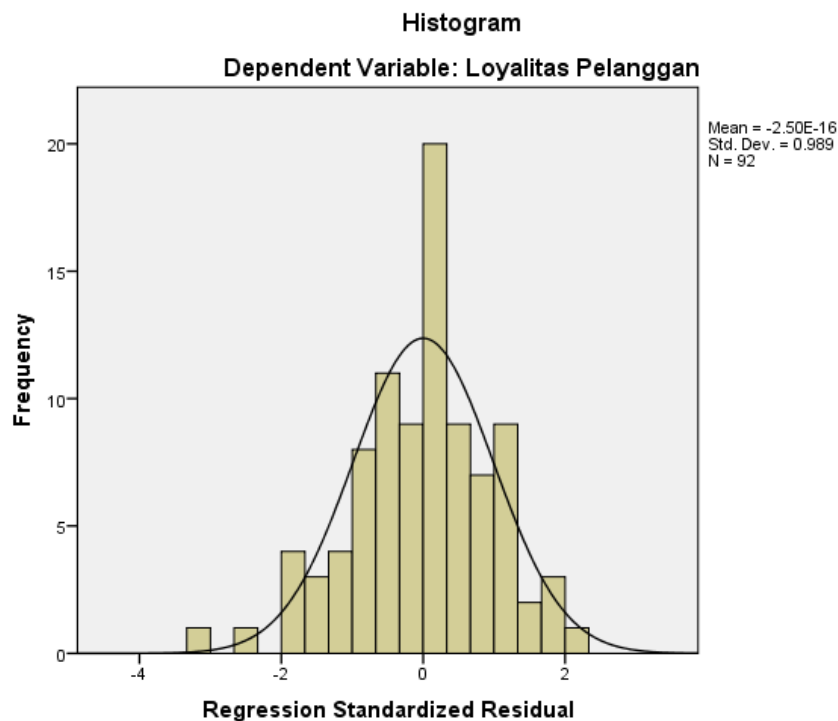
Pernyataan	<i>Corrected item-total correlation</i> (r-hitung5%)	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	.611	0.2050	Valid

Pernyataan 2	.629	0.2050	Valid
Pernyataan 3	.617	0.2050	Valid
Pernyataan 4	.537	0.2050	Valid
Pernyataan 5	.328	0.2050	Valid
Pernyataan 6	.366	0.2050	Valid
Pernyataan 7	.596	0.2050	Valid
Pernyataan 8	.519	0.2050	Valid
Pernyataan 9	.627	0.2050	Valid
Pernyataan 10	.539	0.2050	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan SPSS

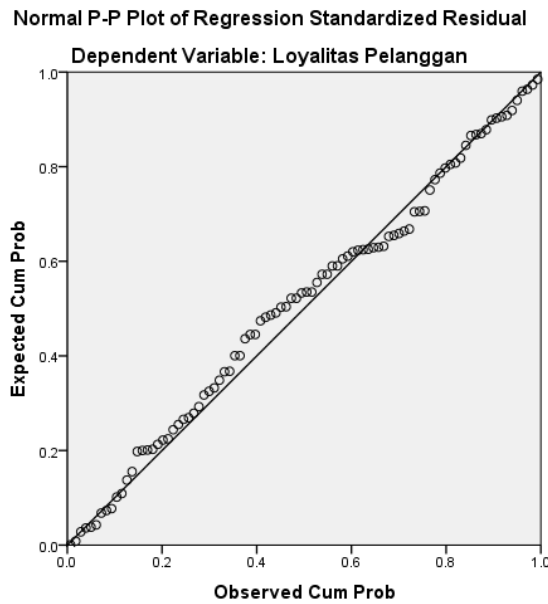
Berdasarkan tabel uji validitas di atas pada variabel kualitas layanan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel 0.2050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dikatakan valid dan layak diuji.

### Uji Asumsi Klasik



**Gambar 1. Hasil Normalitas Berdasarkan Grafik Histogram**

Dengan melihat grafik histogram pada gambar di atas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya yang artinya data berdistribusi normal.

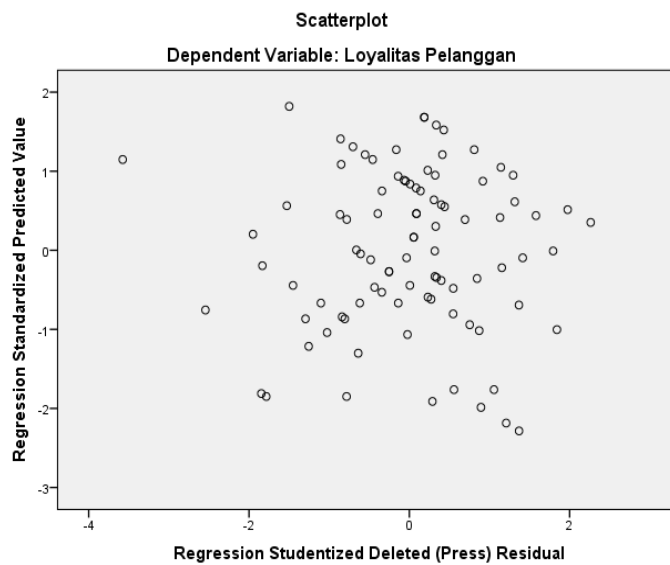


Sumber : Hasil Data Diolah SPSS

**Gambar 2. Hasil Normalitas Berdasarkan Grafik *Normal Probability Plot***

Dengan melihat tampilan gambar *Normal Probability Plot* dapat disimpulkan bahwa dari gambar tersebut memberikan pola distribusi yang mendekati normal, dimana sebaran data berada disekitar garis diagonal.

### Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Data Diolah SPSS

**Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas**



Dari grafik tersebut di atas, dapat diketahui bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat gangguan heterokedastisitas karena pola yang dimiliki tidak berkonsentrasi di suatu tempat. Titik-titiknya menyebar dan tidak berbentuk pola yang menyatu maka pola di atas dan dibawah menunjukkan bahwa angka 0 pada sumbu Y, kondisi ini menunjukkan tidak terjadinya heterokedastisitas pada penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada uji parsial atau uji t, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik. Hal ini karena kualitas layanan menghasilkan  $t_{hitung} = 6.697$  lebih besar dari 1.98667. Dan memiliki sig t untuk variabel kualitas layanan sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Dan kepuasan pelanggan yang menghasilkan  $t_{hitung} = 6.488$  lebih besar dari 1.98667. Dan memiliki sig t untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05.
2. Pada uji-f mengatakan bahwa Kualitas layanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik. Maka hipotesis dalam penelitian ini telah terbukti dan dapat diterima.
3. Pada koefisien determinasi, hasil analisis pengaruh kualitas layanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan bahwa  $R\ Square = 0.694$ . Hal ini berarti bahwa faktor-faktor kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan 69.4% dari loyalitas pelanggan dan sisanya yaitu sebesar 30.6% dipengaruhi oleh faktor faktor yang tidak diteliti, seperti strategi pasar.

## SARAN

1. Disarankan pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik Kota Aek Kanopan terkait kualitas layanan agar ditingkatkan guna membangun loyalitas pelanggan dengan cara menerapkan standart dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga pelanggan merasa lebih nyaman. Berdasarkan kuesioner yang disebar pada penelitian ini, saat ini pelanggan sudah merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik Kota Aek Kanopan, akan lebih baik jika pelayanan ini terus ditingkatkan.
2. Disarankan pada PT. BPR Mangatur Ganda Cabang Sarudik Kota Aek Kanopan terkait kepuasan pelanggan agar diperhatikan sehingga para pelanggan dapat secara berulang menggunakan produk atau jasa dari perusahaan ini. Kepuasan pelanggan perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan karena kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori tinggi. Untuk meningkatkan kepuasan

---

pelanggan, perusahaan dapat menyediakan produk atau jasa yang belum tersedia sehingga tidak membuat pelanggan berpikir untuk berpindah pada perusahaan lain

4. Disarankan pada PT. Mangatur Ganda Cabang sarudik Kota Aek Kanopan agar meningkatkan loyalitas pelanggan dan wajib memperhatikan Kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat tercipta melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Griffin, J. (2010). *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Edisi 3 . Jakarta: Erlangga.
- Kotler And Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler And Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15<sup>th</sup> Edition . Pearson Education, Inc.
- Lovelock, Christopher. Jochen W., dan Jacky M. (2010). *Pemasaran Jasa- Perspektif Indonesia*. Sallama NI, editor. Penerbit Erlangga. Terjemahan dari : Service Marketing.
- Nasution, 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Priansa, Juni Donni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Robinette. 2014. *Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Sangadji, E., & Shopiah. (2013). *Perilaku Pelanggan Pendekatan Praktis*. Edisi 1. Jakarta: CV Andi Offset
- Sutisna. (2012). *Perilaku Pelanggan dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Edisi 2. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Pelanggan*. Yogyakarta: BPFU-UGM.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono. (2012). *Manajemen Jasa*. Edisi ke 4. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2018. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.