



**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PT BANK RAKYAT INDONESIA TBK
CABANG DENPASAR**

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND SATISFACTION ON
CUSTOMER LOYALTY OF PT BANK RAKYAT INDONESIA DENPASAR
BRANCH***

Ni Made Juliyanti¹, Ni Ketut Murdani², I Nyoman Wahyu Widiana³

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahendradatta

³Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
Email: majuliyanti11@gmail.com¹, ketutmurdani91014@gmail.com², wahyuwidiana@unud.ac.id³

Article Info

Article history :

Received : 18-08-2024

Revised : 23-08-2024

Accepted : 25-08-2024

Published: 28-08-2024

Abstract

This research aims to examine the impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, Denpasar Branch, utilizing the grand theory of Human Resource Management (HRM). This research employs a quantitative associative approach with a population of 160 employees and a sample of 62 respondents selected using the Slovin formula. The results indicate that: 1) Service Quality has a positive and significant effect on Customer Loyalty; 2) Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty; and 3) Service Quality and Customer Satisfaction collectively have a positive and significant effect on Customer Loyalty. The implications of this research suggest that enhancing Service Quality and Customer Satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, Denpasar Branch, can effectively increase Customer Loyalty.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar, dengan menggunakan grand teori Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan populasi 160 karyawan dan sampel 62 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian menemukan bahwa: 1) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; 2) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; 3) Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar dapat secara efektif meningkatkan Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Permasalahan sumber daya manusia masih menjadi perhatian utama dan menjadi pilar penting bagi dunia usaha untuk bertahan dan berkembang di era globalisasi. Sumber daya manusia merupakan faktor kunci yang menentukan kinerja suatu organisasi. Meskipun perusahaan



mempunyai fasilitas dan sumber daya yang memadai, namun tanpa dukungan sumber daya manusia yang kompeten dan efektif, operasional perusahaan tidak akan dapat berjalan dengan baik. Sumber daya manusia merupakan aset strategis yang mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi secara keseluruhan. Manajemen sumber daya manusia mencakup perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian, dengan fokus pada penggunaan dan pengembangan karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya manusia yang berkualitas penting untuk mendukung visi dan misi organisasi serta menyelesaikan tugas secara efektif. Selain itu, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai bagian penting perekonomian negara juga menghadapi tantangan serupa.

Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003, yang dimaksud dengan badan usaha milik negara adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan langsung dari kekayaan negara yang tersendiri. Di Indonesia, sektor perbankan telah berkembang pesat selama beberapa dekade terakhir. Bank Rakyat Indonesia (BRI), salah satu bank terbesar di tanah air, berperan penting dalam menyediakan berbagai layanan perbankan. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset perbankan mencapai Rp8,49 triliun pada tahun 2023, naik dari Rp7,76 triliun pada tahun 2020. Meski BRI memiliki jaringan cabang yang luas dengan lebih dari 10.000 unit dan lebih dari 75 juta nasabah, tantangan loyalitas pelanggan semakin kompleks.

Harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan semakin tinggi. Berdasarkan Indeks Kepuasan Pelanggan Indonesia (ICSI) 2022, hanya 68% nasabah BRI yang merasa sangat puas, 20% merasa puas dan 12% kurang puas, hal ini menunjukkan perlunya peningkatan kualitas layanan. Tren digitalisasi dan transformasi ke perbankan digital juga menambah dorongan terhadap penyediaan layanan. Sesuai Keputusan Nomor 18/POJK.03/2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Pengelolaan Pelayanan Bank Umum, bank harus sepenuhnya mematuhi standar pelayanan untuk menjaga kepuasan dan loyalitas nasabah. PT Bank Rakyat Indonesia Tbk cabang Denpasar menghadapi persaingan yang ketat di pasar Bali, di mana banyak bank dan lembaga keuangan bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Meskipun jumlah pelanggan meningkat, tinjauan internal menunjukkan bahwa beberapa pelanggan tidak puas dengan kecepatan layanan dan kemampuan menyelesaikan keluhan. Hal ini membuka peluang bagi bank untuk lebih memahami kebutuhan nasabah dan meningkatkan layanan dengan mempertimbangkan dinamika pasar, pentingnya kualitas layanan, peran sumber daya manusia dan kelangsungan kesenjangan dalam penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk cabang Denpasar. Penelitian ini tidak hanya berupaya mengungkap hubungan antar variabel tersebut namun juga memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi pengelola bank untuk menyusun strategi yang lebih efektif dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas, PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Denpasar diharapkan mampu memperkuat posisinya di pasar yang semakin kompetitif, serta menjamin pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan melalui peningkatan kualitas layanan dan pembangunan manusia yang berkelanjutan. sumber daya.



Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT.BRI Tbk. Dengan memahami hubungan ketiga variabel tersebut, kami berharap dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi BIS dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, serta membangun membangun loyalitas pelanggan yang kuat.

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah tersebut di atas, maka penulis membangun suatu masalah, yaitu: Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar, Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar, untuk mengetahui pengaruh simultan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini asosiatif. Menurut Sugiyono (2009: 11), penelitian asosiatif adalah penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan besarnya pengaruh atau eratnya hubungan dan mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan korelasi antara kedua variabel. Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah umum yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam konteks penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan PT Bank Rakyat Indonesia cabang Denpasar. Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan metode tertentu untuk mewakili populasi dalam penelitian.

Arikunto (2010) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Menurut Kerlinger (2006), sampel harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai BRI cabang Denpasar yang berjumlah 160 orang yang terbagi dalam beberapa departemen/divisi. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan error 10% maka besar sampel yang dibutuhkan adalah 62 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan antar variabel penelitian

1. Variabel Service Quality (X1) memiliki nilai thitung sebesar 6,030 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang berada di bawah 0,05. Artinya, Service Quality (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar dengan demikian, Hipotesis 1 dapat diterima.
2. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) memiliki nilai thitung sebesar 7,961 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05. Artinya, Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar Dengan demikian, Hipotesis 2 dapat diterima.
3. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) juga memiliki nilai thitung sebesar 7961 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001, yang berada di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan



Pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar. Oleh karena itu, Hipotesis 3 dapat diterima.

Analisis berdasarkan Uji F

Hasil analisis berdasarkan pengujian model penelitian menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 148,073 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi ini berada di bawah 0,05 maka Variabel Service Quality (X1), Variabel Kepuasan Pelanggan (X2), dan In Loyalitas Pelanggan (Y) dalam model penelitian dapat diterima.

Hasil analisis berdasarkan uji t

1. Variabel Service Quality (X1) memiliki nilai thitung sebesar 6,030 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang berada di bawah 0,05. Artinya, Service Quality (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar dengan demikian, Hipotesis 1 dapat diterima.
2. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) memiliki nilai thitung sebesar 7,961 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05. Artinya, Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar Dengan demikian, Hipotesis 2 dapat diterima.
3. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) juga memiliki nilai thitung sebesar 7,961 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001, yang berada di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Denpasar. Oleh karena itu, Hipotesis 3 dapat diterima.

KESIMPULAN

1. Service Quality yang baik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh BRI Cabang Denpasar maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabahnya. Pelanggan yang puas dengan layanan yang konsisten, responsif, dan dapat diandalkan cenderung lebih loyal kepada banknya.
2. Kepuasan pelanggan juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nasabah yang puas terhadap pelayanan yang diberikan cenderung berkomitmen untuk terus menggunakan layanan BRI dan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam menciptakan loyalitas jangka panjang.
3. Service Quality dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan. Perpaduan antara kualitas pelayanan dan kepuasan yang tinggi menjadi landasan kokoh bagi peningkatan loyalitas nasabah yang pada akhirnya berdampak positif terhadap keberlangsungan bisnis BRI Cabang Denpasar.



DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Kerlinger, F. N. (2000). *Foundations of Behavioral Research*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.