

## Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan, Produk dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Surakarta

Febriyana Syahuria<sup>1\*)</sup>, Agus Marimin<sup>2)</sup>, Iin Emy Prastiwi<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia Surakarta

\*Email correspondence: [syafebriyana01@gmail.com](mailto:syafebriyana01@gmail.com)

### Abstract

Loyalty and customer satisfaction is a person's strong commitment to a company's products or services that lasts in the long term. This study aims to determine the effect of service quality, product, and customer loyalty on customer satisfaction at the State Savings Bank Surakarta Sharia Branch Office. This study uses a quantitative approach with linear regression analysis method to prove the hypothesis. The results of this study indicate that the quality of service, product, and individual loyalty have an effect on customer satisfaction. This can be seen from the results of the regression analysis between service quality, product, and customer loyalty to satisfaction, obtained a significance price of  $0.004 < 0.05$  for service, while product quality and customer satisfaction were obtained from the regression test obtained results with a significance of 0.044, loyalty customers loyalty has a significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction is a variable that is closely related to various variables and one of them is loyalty.

**Keywords:** Quality of service, product, loyalty, customer satisfaction

**Citation suggestions:** Syahuria, F., Marimin, A., & Prastiwi, I. E. (2023). Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan, Produk dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(01), 168-171. doi: -

**DOI:** -

### 1. PENDAHULUAN

Berkembangnya Lembaga keuangan Syariah yang cukup pesat tidak terlepas dari ekspansi perbankan Syariah. Penerapan strategi pemasaran suatu perusahaan harus sejalan dengan perkembangan industry keuangan, serta terus berinovasi dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat untuk mempertahankan loyalitas nasabah.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Tjiptono (2001). Sehingga, definisi kualitas pelayanan dapat iartikan ebagai upaya pemenuhan kebutuhan an keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian nya alam mengimbangi harapan konsumen Tjiptono (2001). Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui engan ara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang diterima atau diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Menurut Anderson et.al. (1994), apabila seorang pelanggan merasa puas terhadap suatu produk atau layanan tertentu yang diberikan, akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga melakukan pembelian ulang (repurchase) dimasa yang akan datang.

Mengingat perusahaan lam bidang perbankan produk yang dihasilkan berupa jasa keuangan maka sangat perlu mempertimbangkan tentang loyalitas. Menurut Dick dan Basu (1999), loyalitas disini tidak hanya menyangkut tingkat kesenangan seseorang terhadap merk (brand loyalty) namun juga menyangkut loyalitas terhadap pelayanan suatu perusahaan.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus mampu meningkatkan keunggulan dari produknya (product advantage). Nilai-nilai yang diharapkan oleh pelanggan dalam perbankan meliputi Harga (price), kecepatan (speed), dan akses (access) Michael et.al., (1996).

## **2. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **2.1. Hasil**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier untuk membuktikan hipotesis. Dimana dalam hal ini peneliti bermaksud mencari signifikan terhadap analisis hubungan kualitas pelayanan, produk, dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Disini peneliti juga menggunakan data kuantitatif sebagai model data untuk memperoleh data nantinya. Data yang peneliti gunakan diperoleh melalui responden yang nantinya memberikan pendapat atau persepsi mereka di dalam instrumen penelitian yang telah dibuat. Tujuannya adalah agar peneliti dapat mengetahui hasil dari analisis hubungan kualitas pelayanan, produk, dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Surakarta. Lokasi ini dipilih karena diduga populasi yang menjadi target dalam penelitian ini adalah nasabah yang akan menabung di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Surakarta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, produk, loyalitas secara individu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara kualitas pelayanan, produk, dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan. Penelitian membuktikan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **2.2. Pembahasan**

#### **2.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu Yunita Kurnia (2017) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Sedangkan untuk hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara individu berpengaruh terhadap kepuasan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan, diperoleh harga signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ . Setiap perusahaan tentunya memiliki kegiatan yang salah satunya adalah pelayanan. Apalagi perusahaan jasa, tentu pelayanan merupakan bagian yang penting untuk diperhatikan. Sebagaimana bank Syariah, dan lembaga keuangan lainnya, pelayanan terhadap pelanggan harus dikedepankan.

Pelayanan merupakan hal yang paling penting untuk menjaga agar pelanggan menjadi betah dengan perusahaan tersebut dan tidak meninggalkan perusahaan untuk berpindah ke perusahaan lain untuk memperoleh pelayanannya. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan, tidak hanya yang bersifat pokok. Misalnya perusahaan perbankan, hanya mengutamakan jasa keuangannya saja. Akan tetapi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap nasabah juga lengkap, dari pelayanan fisik hingga pelayanan non fisik.

Pelayanan yang dapat diberikan perusahaan terhadap pelanggan atau nasabahnya antara lain berupa pelayanan ketika hadir atau masuk ke perusahaan. Dari sini akan terlihat pelayanan dari petugas yang paling depan dalam menerima tamu atau pelanggan. Kemudian pelayanan yang inti yang mana pelanggan atau nasabah memerlukan sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan. Pelayanan di sini akan sangat kelihatan dengan keramahan petugas dalam menanyakan atau menjawab setiap pertanyaan calon nasabah atau pelanggan. Apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dan apa yang tersedia di perusahaan akan dipadukan, dan kemudian perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya. Pelayanan lainnya yang bersifat fisik tentunya yang berkaitan dengan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan seperti tempat parkir, tempat duduk, gedung, halaman, ruangan, dan sebagainya. Pelayanan yang bersifat fisik dimaksudkan agar pelanggan atau nasabah merasa betah saat menunggu untuk dilayani oleh petugas.

#### **2.2.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian Yunita Kurnia Sari (2018), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk termasuk kategori yang cukup dan produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan dan produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan untuk Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan diperoleh dari uji regresi diperoleh hasil t hitung dengan

signifikansi sebesar 0,044. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan. Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau nasabah.

Kualitas produk untuk perusahaan barang dan kualitas produk untuk perusahaan jasa tentunya tidak sama. Bagi perusahaan barang, maka kualitas produk dapat dilihat dari kemampuan barang untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya, apakah barang atau produk tersebut benar-benar memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan untuk perusahaan jasa, kualitas produk jasa lebih banyak akan dirasakan oleh pelanggan atau nasabah. Jasa yang telah ditawarkan ke calon pelanggan apakah dapat memenuhi kebutuhannya atau tidak. Jika jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat memenuhi kebutuhan nasabah, maka nasabah tentu akan merasa puas dengan jasa yang dibelinya. Karena itu perusahaan jasa harus dapat membuat produk yang benar-benar mampu memenuhi kebutuhan pelanggan atau nasabah. Pemenuhan kebutuhan dapat saja dilihat dari kemudahan untuk mendapatkan jasa tersebut, harga jasa yang bersaing dengan perusahaan lain, bonus atau adanya hadiah tertentu bagi pembeli jasa sehingga pelanggan atau nasabah akan merasa diuntungkan dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

### **2.2.3. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian Chusnul Rofiah (2017), menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dibangun dari Kualitas pelayanan yang baik. Kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat membangun sebuah loyalitas pelanggan, untuk membangun loyalitas pelanggan, dapat melalui kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dan juga dari kualitas pelayanan yang baik. Sedangkan untuk hasil penelitian ini menunjukkan untuk analisis t hitung loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan diperoleh t hitung dengan signifikansi sebesar 0,006. Hal ini berarti pula bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Loyalitas atau kesetiaan pelanggan merupakan kesediaan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk dari sebuah perusahaan atau pembelian barang atau jasa lainnya dari perusahaan yang sama. Loyalitas pelanggan tentunya dipengaruhi oleh berbagai hal, dan yang paling mudah dilihat adalah bahwa jasa yang dibelinya benar-benar mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan rasa puas atas jasa yang telah dipakainya. Perusahaan dalam membuat produk jasa dapat saja memberikan berbagai pelayanan lainnya yang bersifat mendukung produk utamanya. Dengan memberikan pelayanan lainnya ini maka pelanggan akan menjadi tertarik dan senang, sehingga akan melakukan pembelian ulang terhadap jasa yang ditawarkan perusahaan.

Loyalitas atau kesetiaan dalam penelitian ini adalah loyalitas terhadap perusahaan, sehingga jika pelanggan melakukan pembelian ulang pada produk lainnya juga termasuk loyal terhadap perusahaan. Sebuah perusahaan jasa tentunya tidak hanya memiliki 1 produk, akan tetapi ada beberapa produk yang dapat dibeli oleh pelanggan. Misalnya perusahaan keuangan akan menjual produk pinjaman dan tabungan. Pinjaman akan dibuat beberapa jenis, demikian juga dengan tabungan juga akan ada beberapa jenis. Masing-masing jenis memiliki kriteria tersendiri. Bagi pelanggan yang akan melakukan pembelian terhadap jasa yang ditawarkan, tentunya sesuai dengan apa yang dibutuhkan, apakah akan membeli produk pinjaman atau produk tabungan. Juga dari kedua jenis produk tersebut akan memiliki macam yang mana sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Dengan adanya loyalitas perusahaan ini, maka perusahaan akan mendapat keuntungan yang tetap dari nasabah yang sudah ada dan akan bertambah lagi jika ada pelanggan baru. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu variabel yang berhubungan erat dengan berbagai variabel dan salah satunya adalah kesetiaan. Orang yang merasa puas dengan produk tertentu, maka akan enggan untuk meninggalkan produk tersebut. Ia tidak mudah untuk diminta menggunakan produk lain yang sejenis meskipun terkadang harganya lebih murah. Hal ini berkaitan dengan tingkat kepercayaan seseorang terhadap suatu produk atau jasa. Namun perlu diketahui bahwa banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk tidak meninggalkan produk atau jasa yang biasa digunakannya. Faktor ini merupakan faktor yang dapat disebut dengan istilah hambatan untuk pindah merek. Jadi seseorang yang setia menggunakan produk atau jasa tertentu, keinginan untuk pindah merek dapat dihambat oleh faktor-faktor tertentu.

### **3. KESIMPULAN**

Loyalitas dan kepuasan pelanggan merupakan sebuah komitmen yang kuat seseorang terhadap produk atau jasa suatu perusahaan yang bertahan dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Surakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, produk, loyalitas secara individu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara

kualitas pelayanan, produk, dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan, diperoleh harga signifikansi sebesar 0,004 < 0,05 untuk pelayanan, sedangkan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan diperoleh dari uji regresi diperoleh hasil dengan signifikansi sebesar 0,044, loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan diperoleh dengan signifikansi sebesar 0,006. Hal ini berarti pula bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu variabel yang berhubungan erat dengan berbagai variabel dan salah satunya adalah kesetiaan.

#### **4. UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih peneliti ucapkan kepada para penulis skripsi yang menjadi referensi pada studi ini dan Bapak Agus Marimin, SEI., ME.Sy selaku pembimbing pertama dan Ibu Iin Emy Prastiwi, SE.Sy., ME selaku pembimbing kedua sehingga peneliti dapat melakukan penelitian ini dengan baik.

#### **5. REFERENSI**

- A Hitt, Michael, R Duane Irchland, Robert E Hoskisson. 1996. *Manajemen Strategi*. Jakarta:Erlangga
- Anderson, E.W., Fornell, C. and Lehmann, D.R. (1994) *Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden*. *The Journal of Marketing*, 58, 53-66.
- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12- 37
- Berry, Parasuraman dan Zeithaml, V.A. (1985). Conceptual Model of Service Quality and its implication for future research. *Jurnal Marketing*, Vol 49. 41-50.
- Ghozali, Imam. 2011. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media, 2011.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kurnia Sari, Y. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Nasabah Bank*. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 17(2).
- Rofiah, C. & Wahyuni, D. (2016). *Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang*. *ejournal stiedewantara*, 12(1).
- Tjiptono Fandy, 2001. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Andi Offset. Yogyakarta.