

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN SUKU  
BUNGA TERHADAP LOYALITAS NASABAH KREDIT USAHA RAKYAT  
DI BANK RAKYAT INDONESIA CABANG KEBUMEN**

**Ulfah Fatmawati**

Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi STIE Putra Bangsa Kebumen

Email:

[Ulfahfatmawati2@gmail.com](mailto:Ulfahfatmawati2@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan suku bunga terhadap loyalitas nasabah KUR Bank BRI cabang Kebumen. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara variabel independen dan dependen.

Populasi dari penelitian ini yaitu nasabah KUR Bank BRI cabang Kebumen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Sikap responden diukur dengan skala likert 4 tingkatan dan data yang diperoleh diolah dengan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for windows versi 22.0. Analisis data menggunakan analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KUR Bank BRI cabang Kebumen sedangkan citra perusahaan dan suku bunga terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KUR Bank BRI cabang Kebumen.

**Kata Kunci:** *kualitas pelayanan, citra perusahaan, suku bunga dan loyalitas.*

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan dunia bisnis yang berperan mengalirkan barang atau jasa dilakukan semata-mata untuk kepentingan dirinya, dalam arti untuk mendapatkan keuntungan finansial seperti laba, melainkan dilakukan juga oleh dunia usaha dengan jalan menyediakan jasa yang diperlukan bagi pemenuhan kebutuhan masyarakat. Beberapa pelaku bisnis harus memiliki strategi-strategi untuk mempertahankan konsumennya, dan sudah menjadi keharusan bagi pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan bisnis tersebut. Pelaku bisnis harus memperhatikan pengaruh dari loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan ini sangat berpengaruh dalam kesuksesan dan kelancaran sebuah perusahaan dalam melakukan persaingan. Loyalitas pelanggan akan menjadi dasar untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing.

Begitu juga yang terjadi pada perkembangan jasa perbankan dikota Kebumen diantaranya Bank BCA, BNI, Mandiri, Btn, Bank Danamon, Bank Jateng dan BRI. Banyaknya perbankan yang beredar dengan kemajuan teknologi dan kebijakan-kebijakan tidak membuat keberadaan Bank BRI menurun melainkan selalu dihati nasabah. Hal ini Perusahaan menerapkan strategi untuk meningkatkan loyalitas pada nasabah dengan mengutamakan pelayanan yang cepat dan tepat untuk loyalitas nasabah dalam menggunakan jasa. Loyalitas merupakan suatu faktor penting bagi suatu perusahaan untuk dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis. Loyalitas pelanggan tercermin dari antusias pelanggan atas produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2009:138) “loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di

masa depan meski ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan Bank Pemerintah Pertama di Indonesia yang memiliki visi yaitu menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan loyalitas nasabah. Bank BRI ada di setiap kota di Indonesia termasuk di kota Kebumen. BRI Kanca Kebumen beralamat di Jalan Pahlawan nomor 114 dan menjadi salah satu bank yang dijadikan masyarakat untuk melakukan pembiayaan maupun transaksi lainnya. Berdasarkan visi yang dimilikinya, Bank BRI Cabang Kebumen selalu melakukan evaluasi dari tahun ke tahun dalam hal penciptaan loyalitas nasabah. Bank BRI Cabang Kebumen tahu betul bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan dan suku bunga memiliki peran penting dalam penciptaan loyalitas nasabah.

Selain itu, permasalahan mengenai loyalitas nasabah BRI Cabang Kebumen seperti munculnya keluhan dan kritik dari nasabah yang disampaikan secara langsung ke pihak manajemen atau disampaikan melalui media seperti elektronik dan cetak, membuat manajemen harus mengambil tindakan untuk meminimalkan kritikan dari nasabah. Kritikan yang disampaikan oleh nasabah diantaranya mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai BRI Cabang Kebumen, ada beberapa nasabah yang memberikan kritikan dan masukan kepada pelayanan BRI Cabang Kebumen seperti keramahan dan kecepatan dalam melayani nasabah agar dapat dimaksimalkan lagi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk menulis judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYAN, CITRA PERUSAHAAN DAN SUKU BUNGA TERHADAP LOYALITAS NASABAH KREDIT USAHA RAKYAT PADA BANK RAKYAT INDONESIA CABANG KEBUMEN”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KUR (kredit usaha rakyat) di BRI cabang Kebumen?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah KUR (kredit usaha rakyat) di BRI cabang Kebumen?
3. Bagaimana pengaruh suku bunga terhadap loyalitas nasabah KUR (kredit usaha rakyat) di BRI cabang Kebumen?
4. Bagaimana pengaruh secara bersama-sama antara kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan suku bunga terhadap loyalitas nasabah KUR (kredit usaha rakyat) di BRI cabang Kebumen?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KUR BRI cabang Kebumen
2. Menganalisis citra perusahaan terhadap terhadap loyalitas nasabah KUR BRI cabang Kebumen
3. Menganalisis suku bunga terhadap loyalitas nasabah KUR BRI cabang Kebumen
4. Menganalisis pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, citra perusahaan dan suku bunga terhadap loyalitas nasabah KUR BRI cabang Kebumen

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Definisi Variabel**

#### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap keterhandalan (*excellence*) dalam *service counter* yang dilakukan oleh konsumen (Parasuraman, 1998) (Mulyo dan Ukudi, 2007).

#### **Citra Perusahaan**

Citra perusahaan adalah Citra perusahaan menurut Paul R. Smith (1995:332) "*corporate image is the sum of people perception of organization image and perception are created through all sense: sight sound smell, touch taste and feeling experienced through product usage, customer service, the commercial and corporate communication*" : "citra perusahaan adalah persepsi seseorang mengenai suatu citra organisasi/persepsi persepsi ini diciptakan melalui seluruh indra: penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, citra rasa dan perasaan yang dialami melalui penggunaan produk, pelayanan terhadap konsumen, lingkungan komersil dan komunikasi perusahaan".

#### **Suku Bunga**

Suku bunga adalah sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah (Kasmir, 2004:153) dalam Satriyo Agilwaseso, Drs. Saryadi, M.Si dan Dra. Sri Suryoko, M.Si (2014).

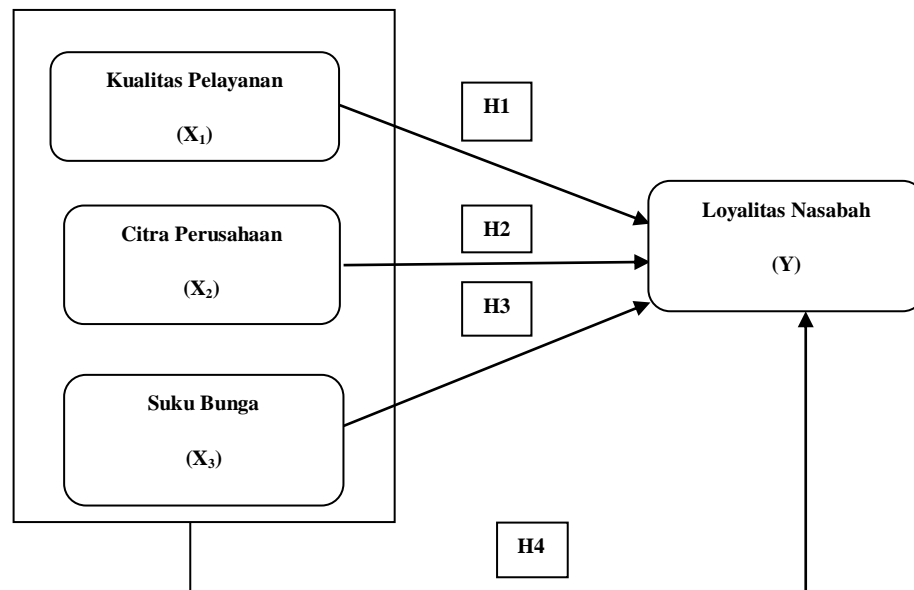
#### **Loyalitas Nasabah**

Loyalitas adalah bahwa loyalitas nasabah sebagai kerangka berpikir nasabah yang memegang sikap yang disukai terhadap sebuah perusahaan, berkomitmen untuk membeli lagi produk/jasa perusahaan serta merekomendasikan produk/jasa tersebut menurut (Parasuraman dalam Akbar dan Parvez).

## B. Hipotesis

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah KUR pada BRI Cabang Kebumen.
- H2: Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah KUR pada BRI Cabang Kebumen.
- H3: Suku Bunga berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah KUR pada BRI Cabang Kebumen.
- H4: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Suku Bunga secara simultan berpengaruh positif terhadap Loyalitas nasabah KUR pada BRI Cabang Kebumen, semakin baik kualitas pelayanan, citra perusahaan dan semakin tepat menentukan suku bunga maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah.

## C. Kerangka Konseptual



### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Sumber Data**

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Kuncoro, 2009:148). Data sekunder dalam penelitian ini berupa kajian teori melalui buku-buku referensi, dan penelitian terdahulu atau jurnal.

#### **B. Instrumen Penelitian**

##### **a. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti (Simamora, 2004:172).

##### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama (Simamora, 2004:177).

#### **C. Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2013:105) uji asumsi ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

##### **b. Uji Heterokedastisitas**

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.

c. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel normal atau mendekati normal.

**D. Uji Hipotesis**

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikan secara parsial pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dalam model regresi yang sudah dihasilkan

b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu.

**IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**1. Hasil Uji Validitas**

1) Uji validitas kualitas pelayanan

<b>Butir</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Nilai Signifikansi</b>	<b>Keterangan</b>
X1_1	0,528	0,1975	0,000	Valid
X1_2	0,599	0,1975	0,000	Valid
X1_3	0,679	0,1975	0,000	Valid
X1_4	0,646	0,1975	0,000	Valid
X1_5	0,575	0,1975	0,000	Valid
X1_6	0,631	0,1975	0,000	Valid
X1_7	0,687	0,1975	0,000	Valid
X1_8	0,641	0,1975	0,000	Valid

X1_9	0,577	0,1975	0,000	Valid
X1_10	0,639	0,1975	0,000	Valid
X1_11	0,729	0,1975	0,000	Valid
X1_12	0,635	0,1975	0,000	Valid
X1_13	0,621	0,1975	0,000	Valid
X1_14	0,517	0,1975	0,000	Valid
X1_15	0,677	0,1975	0,000	Valid

2) Uji validitas citra perusahaan

<b>Butir</b>	<b>r hitung</b>	<b>r table</b>	<b>Nilai Signifikansi</b>	<b>Keterangan</b>
X2_1	0,604	0,1975	0,000	Valid
X2_2	0,614	0,1975	0,000	Valid
X2_3	0,740	0,1975	0,000	Valid
X2_4	0,639	0,1975	0,000	Valid
X2_5	0,486	0,1975	0,000	Valid
X2_6	0,688	0,1975	0,000	Valid
X2_7	0,658	0,1975	0,000	Valid
X2_8	0,460	0,1975	0,000	Valid

3) Uji validitas suku bunga

<b>Butir</b>	<b>r hitung</b>	<b>r table</b>	<b>Nilai Signifikansi</b>	<b>Keterangan</b>
X3_1	0,644	0,1975	0,000	Valid
X3_2	0,479	0,1975	0,000	Valid
X3_3	0,535	0,1975	0,000	Valid
X3_4	0,522	0,1975	0,000	Valid
X3_5	0,542	0,1975	0,000	Valid
X3_6	0,559	0,1975	0,000	Valid
X_7	0,547	0,1975	0,000	Valid
X_8	0,627	0,1975	0,000	Valid

X_9	0,485	0,1975	0,000	Valid
X_10	0,511	0,1975	0,000	Valid

4) Uji validitas loyalitas nasabah

<b>Butir</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Nilai Signifikansi</b>	<b>Keterangan</b>
Y_1	0,624	0,1975	0,000	Valid
Y_2	0,564	0,1975	0,000	Valid
Y_3	0,581	0,1975	0,000	Valid
Y_4	0,677	0,1975	0,000	Valid
Y_5	0,732	0,1975	0,000	Valid
Y_6	0,698	0,1975	0,000	Valid

**2. Hasil Uji Reabilitas**

<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>Alpha Cronbach's</b>	<b>Batas Penerimaan</b>	<b>Status</b>
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	0,755	0,60	Reliabel
2.	Citra Perusahaan (X2)	0,751	0,60	Reliabel
3.	Suku Bunga(X3)	0,733	0,60	Reliabel
4.	Loyalitas Nasabah (Y)	0,759	0,60	Reliabel

### 3. Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,332	1,458		,227	,821
X1	,021	,046	,051	,452	,652
X2	,297	,116	,356	2,549	,012
X3	,314	,084	,418	3,719	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

## PEMBAHASAN

### 1. Hasil Uji t

- 1) Hasil uji t menunjukkan bahwa hasil perhitungan diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $0,452 < t_{tabel}$  sebesar  $1,98472$  dengan tingkat signifikan untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar  $0,652 > 0,05$  dan hasil ini menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di BRI Cabang Kebumen.
- 2) Hasil uji t menunjukkan bahwa hasil perhitungan diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $2,549 > t_{table}$  sebesar  $1,98472$  dengan probabilitas signifikansi untuk variabel citra perusahaan ( $X_2$ ) sebesar  $0,012 < 0,05$  dan hasil ini menyatakan citra perusahaan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di BRI Cabang Kebumen.
- 3) Hasil uji t menunjukkan bahwa hasil perhitungan diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $3,719 > t_{table}$  sebesar  $1,98472$  dengan probabilitas signifikansi untuk variabel kelengkapan fasilitas ( $X_3$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan hasil ini menyatakan suku bunga mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di BRI Cabang Kebumen.

## 2. Hasil Uji Koefisien ( $R^2$ )

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,778 <sup>a</sup>	,606	,593	1,55156

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R*<sup>2</sup> sebesar 0,593 artinya 59,3% variabel loyalitas nasabah KUR (kredit usaha rakyat) BRI Cabang Kebumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan suku bunga, sedangkan sisanya sebesar (100% - 59,3%) atau 40,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan mengenai Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2) dan Suku Bunga (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Responden adalah nasabah KUR BRI Cabang Kebumen (100 orang).
2. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, yang berarti nasabah belum merasa puas dengan kualitas pelayanan KUR BRI Cabang Kebumen karena, kualitas pelayanannya belum mampu memberikan manfaat serta dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya.
3. Variabel citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, yang berarti semakin bagus pandangan para nasabah terhadap citra perusahaan Bank BRI cabang Kebumen

maka akan meningkatkan loyalitas bagi nasabah KUR BRI Cabang Kebumen.

4. Variabel suku bunga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, yang berarti suku bunga dari KUR BRI Cabang Kebumen sesuai dengan harapan nasabah yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah KUR BRI Cabang Kebumen.
5. Nasabah akan lebih loyal apabila ketiga aspek tersebut yaitu kualitas pelayanan, citra perusahaan dan suku bunga dapat diberikan dan dirasakan semuanya untuk nasabah, ini terbukti dari hasil uji F atau uji simultan dimana nilai F hitung  $48,621 > \text{nilai } f \text{ tabel } 3,08$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < \text{nilai } \alpha = 0,05$ .

## **B. Saran**

### **Bagi Perusahaan.**

1. Bagi Bank BRI cabang Kebumen disarankan untuk mempermudah syarat-syarat pengajuan KUR (kredit usaha rakyat) dan diharapkan dapat melayani prosesnya dengan cepat dan tepat.
2. Bagi Bank BRI cabang Kebumen disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas layanan bagi nasabah KUR BRI Cabang Kebumen agar nasabah dapat terpuaskan dengan kualitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.
3. Bagi Bank BRI cabang Kebumen disarankan untuk selalu meningkatkan citra perusahaan yang baik dengan cara mampu melayani nasabah dengan baik khususnya nasabah KUR BRI Cabang Kebumen agar loyalitas nasabah dapat terpenuhi.
4. Bagi Bank BRI cabang Kebumen disarankan untuk selalu menjaga tingkat suku bunga dibawah para pesaing yang sesuai dengan harapan para nasabahnya agar dapat menarik perhatian calon nasabah yang selanjutnya.
5. Bagi Bank BRI cabang Kebumen disarankan untuk perhatian terhadap loyalitas nasabah agar dapat menarik masyarakat/calon nasabah untuk menjadi nasabah KUR BRI Cabang Kebumen.

### **Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan hasil pengamatan/observasi penulis saat penelitian di Bank BRI cabang Kebumen bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian dengan menambah variabel lainnya seperti kepuasan nasabah, lokasi, kualitas produk dan fasilitasnya. Sehingga dapat memperkuat penilaian nasabah dalam memberikan loyalitas di Bank BRI Cabang Kebumen.

## Daftar Pustaka

- Abbas. 2008. Pengaruh Suku Bunga Terhadap Kredit Modal Kerja Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pangkep Di Kab.Pangkep: Perpustakaan Universitas Negeri Makassar
- Boyd, Harper W, 2000, *Manajemen pemasaran*, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.
- David, Downey, 2002, *Manajemen Agribisnis*, Buku Keempat, Erlangga, Jakarta.
- Kurniawati, 2009. Pengaruh Suku Bunga Kredit terhadap Kredit Konsumtif Pada PT BRI (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Di Kota Makassar: Perpustakaan Universitas Negeri Makassar.
- Kasmir, 2005. Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Kotler, Philip, dkk, 2000, *Manajemen Pemasaran dengan pemasaran efektif dan Pofitable*, cetakan Kedua, Gramedia Pusat Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, 2004, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta. Persada.
- , 2006. Manajemen Perbankan, Penerbit : PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- , 2008. Pemasaran Bank, Penerbit : Kencana, Jakarta.
- , 2012. Dasar-Dasar Perbankan. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Rahmawati, 2007. Pengaruh Suku Bunga Kredit terhadap Permintaan Kredit Usaha Kecil Pada PT. BRI Unit Tanah LemoKec. Bonto Bahari Di Kabupaten Bulukumba: Perpustakaan Universitas Negeri Makassar.

Stanton, William. J, 2000, Prinsip Pemasaran, Edisi Revisi, Erlangga, Jakarta.

Srivastava, Kavita and Narendra K. Sharma. 2013. *Service Quality, Corporate Brand Image and Switching Behavior: The Mediating Role of Customer Satisfaction and Repurchase Intention*. *Services Marketing Quarterly*, 34:4, 274-291

Sunariyah, 2006. Pengantar Pengetahuan Pasar Modal, Edisi Ke Lima, UUPP-AMPYKPN, Yogyakarta.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Bank\\_Rakyat\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Rakyat_Indonesia)