

PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN *SWITCHING BARRIER*

TERHADAP LOYALITAS NASABAH

(Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar)

SISKA ARIYANTI

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa
Program Studi Manajemen
Jalan Ronggowarsito no 18 Kebumen**

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari kepuasan, kepercayaan dan *switching barrier* terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpedes di BRI Unit Setrojenar. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian yang ditarik berdasarkan *insidental sampling*. Pengambilan data menggunakan kuesioner berdasarkan skala *likert* yang telah dimodifikasi dengan 4 skala. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program *SPSS 18 for windows*.

Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan hasil uji t sebesar 2,386 dengan signifikansi $0,019 < 0,05$. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan hasil uji t sebesar 2,2127 dengan signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$, dan *switching barrier* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan hasil uji t sebesar 5,494 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: kepuasan, kepercayaan, *switching barrier* dan loyalitas nasabah

PENDAHULUAN

Bank adalah lembaga keuangan penghimpun dana dalam bentuk simpanan kemudian disalurkan pada masyarakat. Penyaluran bank tidak semata-mata berusaha untuk memperoleh keuntungan tetapi juga untuk peningkatan taraf hidup masyarakat. BRI merupakan salah satu Bank BUMN dan perusahaan perbankan terbesar di Indonesia. Sebagai salah satu pelaku usaha dalam industri perbankan, BRI tidak lepas dari fenomena perubahan yang timbul dari intensitas persaingan untuk mendapatkan hati pelanggan (nasabah) mereka.

Industri perbankan saat ini telah menyadari bahwa nasabah tidak hanya mempertimbangkan faktor bunga atau kecanggihan dan kelengkapan fitur dari suatu produk perbankan, tetapi saat ini yang dicari oleh nasabah adalah *value* (nilai) yang akan didapatkan dari apa yang ditawarkan oleh pihak bank, sehingga pada akhirnya bersedia untuk menjadi nasabah yang loyal (Bielen *et al.*, dalam Cahyani, 2015). Kotler (dalam Cahyani, 2015), menyatakan bahwa membuat pelanggan menjadi setia atau loyal adalah jantung dari setiap bisnis.

Customer Loyalty menurut Garbarino (dalam Japarianto, 2014) yaitu “*customer loyalty is a predisposition toward purchasing and or using a particular product,, manufacturer, or service provider again*” yang artinya dapat dikatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu kecenderungan untuk membeli dan atau menggunakan lagi suatu produk atau jasa. Dalam hal ini tujuan utama bank adalah bagaimana membuat nasabah mereka loyal atau setia kepada bank.

Loyalitas nasabah dapat dipertahankan dengan memberikan kepuasan kepada para nasabah karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu keberhasilan suatu bisnis. Dalam industri perbankan yang kompetitif, kepuasan pelanggan di anggap sebagai inti dari kesuksesan (Siddiqi, 2011) dalam Cahyani (2015).

Kepuasan nasabah yang diperoleh dari Bank BRI Unit Setrojenar antara lain produk yang didapat sesuai dengan yang ditawarkan, kemudahan dalam bertransaksi karena bank BRI banyak tersebar di setiap wilayah dan juga memberikan layanan e-banking kepada nasabahnya.

Secara teoritis merujuk pada hasil penelitian terdahulu bahwa kepuasan

nasabah dan loyalitas nasabah dipercaya mampu memberikan dampak yang positif dan pengaruh yang signifikan bagi kelangsungan bank baik dalam jangka pendek maupun untuk jangka panjang (Liu dan Wu, 2007), dalam Cahyani (2015).

Selain dipengaruhi oleh kepuasan, loyalitas nasabah juga dipengaruhi oleh kepercayaan nasabah. Kepercayaan ini menyangkut kredibilitas bank di mata nasabah. Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Jika kepercayaan sudah timbul antara bank dan nasabah, maka usaha untuk membina kerja sama akan lebih mudah sehingga akan memberi keuntungan bagi kedua belah pihak.

Loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kepuasan dan kepercayaan konsumen, tetapi dapat juga dipengaruhi oleh *switching barrier*. Menurut Bansal dan Taylor (dalam Maghfiroh, 2016) *switching barriers* adalah penilaian konsumen terhadap sumber daya dan kesempatan yang diperlukan bila berpindah atau pembatas terhadap tindakan untuk berpindah. Fornell dalam Tjiptono (2011:323) menjelaskan hambatan untuk berpindah (*switching barrier*) dapat menjadikan

pelanggan merasa enggan, rugi, atau perlu mengeluarkan biaya besar untuk berganti pemasok (vendor, toko, dan lain-lain). *Switching barrier* yang terjadi pada BRI Unit Setrojenar yaitu lokasi yang jauh dari kota sehingga nasabah sulit untuk berpindah ke bank lain dan dari BRI sudah menyiapkan berbagai produk yang sesuai dengan lingkungan nasabahnya, sehingga menyebabkan nasabah loyal terhadap BRI Unit Setrojenar.

Bank BRI unit Setrojenar merupakan salah satu bank di kecamatan Buluspesantren. Meskipun secara administrasi BRI unit adalah bagian dari kantor cabang, namun secara operasional memiliki otonomi dalam hal pelayanan baik pinjaman (*loan*), simpanan (*saving*) maupun jasa-jasa lainnya (*services*). Dalam hal produk bank, BRI unit memiliki berbagai jenis produk. Salah satu produk simpanan yang dikenal luas adalah Simpedes. Tabungan Simpedes adalah simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan dengan mata uang rupiah yang dapat dilayani di kantor cabang khusus/kanca/ KCP/ BRI Unit, yang penyetoran dan pengambilannya tidak dibatasi baik frekuensi maupun jumlahnya sepanjang memenuhi ketentuan yang berlaku.

Tabungan simpedes mempunyai sistem jaringan online yang mana tabungan simpedes bisa bertransaksi di seluruh BRI yang ada diseluruh Indonesia. Tabungan Simpedes memiliki kartu ATM (Ajungan Tunai Mandiri) yang dapat diproses diseluruh ATM BRI, tabungan simpedes juga mempunyai layanan *E-banking* untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Produk tabungan Simpedes terus dikembangkan dengan berbagai atribut baik kualitas produk, fitur produk serta desain produk. Perbaikan jaringan yang menunjang kualitas produk senantiasa di *up-grade*, fitur produk terus ditambah, serta desain program seperti Undian Simpedes, Pesta Rakyat Simpedes. Hal ini dapat menarik nasabah untuk menabung di BRI Unit Setrojenar khususnya di Simpedes.

Dalam kaitannya dengan uraian diatas, maka berikut ini akan disajikan perkembangan jumlah nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar dalam kurun waktu lima tahun terakhir yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel I-1
Data Jumlah Nasabah Tabungan Simpedes

Tahun	Jumlah Nasabah
2012	3791
2013	4611
2014	5788
2015	6754
2016	7854

Sumber : BRI Unit Setrojenar

Dari tabel diatas menunjukkan

bahwa jumlah nasabah setiap tahunnya mengalami peningkatan, hal ini disebabkan oleh faktor kepuasan, kepercayaan dan *switching barriers* sehingga nasabah loyal terhadap bank BRI Unit Setrojenar. Padahal jika dilihat dari segi lokasi, di kecamatan Buluspesantren terdapat PD.

Bank Perkreditan Rakyat BKK Buluspesantren. PD. BPR BKK dibentuk dengan tujuan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan Pembangunan Daerah di segala bidang serta dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat sebagai salah satu sumber pendapatan daerah.

Salah satu usaha PD BKK menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Selain PD. BPR BKK, di kecamatan Buluspesantren juga terdapat

BMT Ummat Sejahtera yang juga menyediakan berbagai produk simpanan. Dalam menjalankan usahanya, baik PD. BPR BKK, BMT Ummat Sejahtera dan BRI sama-sama memberikan pelayanan jasa simpanan. Melihat adanya usaha yang sejenis, pada kenyataannya berdasar pada tabel 1-1 di atas jumlah nasabah BRI unit setrojenar semakin mengalami peningkatan pada 5 (lima) tahun terakhir.

Meningkatnya jumlah nasabah BRI Unit Setrojenar disebabkan oleh berbagai faktor. Hasil wawancara dengan beberapa nasabah saat peneliti melakukan observasi awal, diperoleh informasi bahwa nasabah nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak BRI sehingga pelanggan percaya dan enggan untuk berpindah ke bank lain. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa loyalitas nasabah BRI khususnya Unit Setrojenar sudah cukup tinggi. Untuk dapat meningkatkan loyalitas nasabah, pihak BRI Unit Setrojenar perlu mengembangkan strategi dalam mengkaji dan memahami apa saja faktor-faktor yang dapat mendongkrak kesetiaan nasabah.

Oleh sebab itu, mengingat arti pentingnya kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan *switching barriers* dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan, maka perlu dikaji lebih mendalam bagaimana ketiga unsur tersebut mampu meningkatkan perusahaan untuk unggul dalam bersaing.

Berdasarkan uraian di atas peneliti bermaksud untuk meneliti pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan *switching barrier* terhadap loyalitas nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar)

Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *switching barrier* terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh secara simultan antara kepuasan, kepercayaan, dan *switching barrier* terhadap loyalitas nasabah

Tinjauan Teori

Loyalitas Nasabah

Menurut Tjiptono (2000:111), dalam Febrianti (2015), loyalitas adalah situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

Menurut Zeithaml, dkk (1996:90), dalam Dwiana, et al, (2014), loyalitas diukur melalui:

1. Transaksi berulang
Nasabah melakukan transaksi secara terus menerus pada produk tertentu.
2. Merekomendasikan kepada orang lain.
Nasabah melakukan komunikasi melalui mulut ke mulut (*word of mouth*) berkenaan dengan produk tersebut.
3. Menggunakan produk/ jasa lain yang ditawarkan
Nasabah tidak hanya menggunakan produk atau jasa utama, tetapi juga menggunakan

produk atau jasa dari perusahaan yang sama.

4. Tidak terpengaruh tawaran dari pesaing
Nasabah menolak untuk menggunakan produk atau jasa alternatif yang ditawarkan oleh pesaing.

Kepuasan

Menurut Cadotte *et al* (1987), dalam Tjiptono (2005:449), mengkonseptualkan kepuasan pelanggan sebagai perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa.

Menurut (Kotler dan Keller 2009: 243), dalam Soegoto (2013), kepuasan diukur dengan:

1. Bukti nyata pelayanan produk atau jasa.
Bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang di berikan oleh penyedia jasa kepada konsumen (nasabah)
2. Daya tanggap pelayanan produk atau jasa.
Kemampuan perusahaan yang dilakukan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. Keandalan produk atau jasa.

Kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah di janjikan secara tepat waktu.

4. Jaminan terhadap kualitas produk atau jasa.

Pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen (nasabah) dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan.

5. Memahami konsumen dan mampu memberi solusi
- Kemampuan perusahaan untuk memberikan perhatian kepada nasabah dan menunjukkan keinginan untuk menyelesaikan masalah.

Kepercayaan

Menurut Morgan dan Hunt (1994), dalam (Solechah dan Soliha, 2015), kepercayaan adalah suatu kondisi dimana ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan keandalan dan integritas pihak yan lain.

Kepercayaan menurut Soegoto (2013), diukur melalui:

1. Percaya terhadap kinerja perusahaan

2. Percaya terhadap integritas Perusahaan
3. Percaya terhadap kinerja produk
4. Percaya terhadap fitur produk
5. Percaya terhadap keterandalan merek

Switching Barrier

Menurut Bansal dan Taylor (dalam Maghfiroh, 2016), *switching barriers* adalah pembebanan konsumen terhadap sumber daya dan kesempatan yang diperlukan bila ia pindah atau pembatas terhadap tindakan untuk pindah.

Menurut Anita, (2016), *switching barriers* diukur dengan:

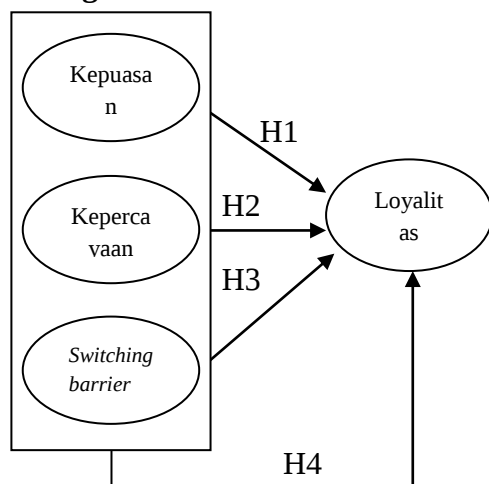
1. Kekhawatiran akan mengalami kerugian lain saat berpindah
Kekhawatiran yang disebabkan karena memutuskan hubungan yang telah terbentuk dengan perusahaan, yang sebelumnya telah lama berhubungan dengan perusahaan tersebut.
2. Kerugian ekonomi (biaya) yang ditanggung jika berpindah
Biaya yang dikeluarkan dari pelanggan apabila berpindah.
3. Usaha yang harus dilakukan untuk berpindah.

Waktu dan usaha yang dikeluarkan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam membuat keputusan untuk berpindah.

Hipotesis

- H1: Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar
- H2: Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar
- H3: *Switching Barrier* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar
- H4: Terdapat pengaruh secara simultan antara kepuasan, kepercayaan, dan *switching barrier* terhadap loyalitas nasabah Tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar

Kerangka teoritis



METODE PENELITIAN

Metode Dan Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Kuesioner dari penelitian ini merupakan kuesioner yang menggunakan skala likert. Skala *likert* yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2010).

Populasi dan sampel penelitian

a. Populasi penelitian

Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasinya adalah nasabah BRI Unit Setrojenar.

b. Sampel penelitian

Sampel pada penelitian ini adalah nasabah tabungan Simpedes pada BRI Unit Setrojenar.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini,

adalah *non probability sampling* yaitu metode sampling dengan tidak menggunakan metode acak yang memberi kemungkinan yang sama bagi setiap unsur populasi yang dipilih.

Dalam teknik *non probability sampling* akan digunakan teknik *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data dimana sampel dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar.

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji adanya hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat digunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Simamora, 2004:339) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Loyalitas Nasabah

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi kepuasan

b_2 : Koefisien regresi kepercayaan

b_3 : Koefisien regresi *switching barrier*

X_1 : Kepuasan

X_2 : Kepercayaan

X_3 : *Switching Barrier*

e : *Residual*

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel IV.11
Hasil Uji Validitas Variabel
Kepuasan

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,655	0,1966	Valid
X1.2	0,596	0,1966	Valid
X1.3	0,565	0,1966	Valid
X1.4	0,707	0,1966	Valid
X1.5	0,656	0,1966	Valid

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Tabel IV.12
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,692	0,1966	Valid
X2.2	0,761	0,1966	Valid
X2.3	0,775	0,1966	Valid
X2.4	0,767	0,1966	Valid
X2.5	0,373	0,1966	Valid

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Tabel IV.13
Hasil Uji Validitas Variabel Switching Barrier

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,831	0,1966	Valid
X3.2	0,853	0,1966	Valid
X3.3	0,917	0,1966	Valid

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Tabel IV.14
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1.1	0,671	0,1966	Valid
Y1.2	0,735	0,1966	Valid
Y1.3	0,690	0,1966	Valid
Y1.4	0,751	0,1966	Valid

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Hasil uji validitas tabel IV.11, tabel IV.12, tabel IV.13 dan tabel IV.14 menunjukkan bahwa r_{hitung} lebih dari r_{tabel} , maka semua item pertanyaan yang ada pada kuesioner untuk variabel kepuasan, kepercayaan, *switching barrier* dan loyalitas dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel IV.15
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r Alpha	Syarat Reliabel	Keterangan
Kepuasan (X1)	0,629	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,699	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Switching Barrier (X3)	0,776	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,666	$\alpha > 0,60$	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Hasil uji reliabilitas terhadap 4 variabel menunjukan hasil reliabel, karena masing-masing instrumen memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

Uji Multikolenieritas

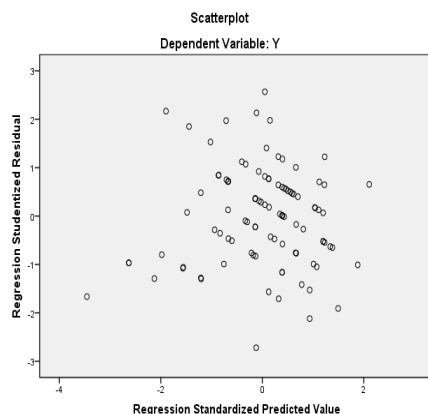
Tabel IV.16
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,991	1,009
	X2	,992	1,008
	X3	,996	1,004

Sumber : Data Primer Diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel IV.16 diatas, dapat diketahui bahwa pada kolom *collinearity statistic* menunjukkan angka VIF tidak lebih besar dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa model regresi ini tidak terdapat multikolinieritas, sehingga model dapat dipakai.

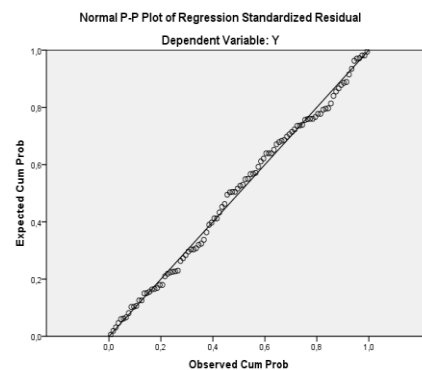
Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar IV.1 yaitu grafik dari hasil uji heterokedastisitas yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin) yang membentuk suatu

pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas, maka dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Normalitas



Berdasarkan gambar IV.2 diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Parsial

Tabel IV.18
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Signifikan	A	t_{hitung}	t_{tabel}	Kesimpulan
X1	0,019	0,05	2,386	1,66	Signifikan
X2	0,036	0,05	2,127	1,66	Signifikan
X3	0,000	0,05	5,494	1,66	Signifikan

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas di ketahui bahwa variabel kepuasan, kepercayaan dan *switching barrier*

mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $< 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa variabel kepuasan, kepercayaan dan *switching barrier* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpedes di BRI Unit Setrojenar.

Uji Simultan

Tabel IV.19
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125,086	3	41,695	14,008	,000 ^a
	Residual	285,754	96	2,977		
	Total	410,840	99			
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						
b. Dependent Variable: Y						

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Berdasarkan hasil Uji ANOVA atau bersama-sama diperoleh F_{hitung} sebesar $14,008 > F_{tabel}$ 2,70 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel kepuasan, kepercayaan dan *switching barrier* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1	,552 ^a	,304	,283	1,72528
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Berdasarkan tabel IV.20 diatas dapat diketahui bahwanilai *Adjusted R Square* sebesar 0,283 artinya 28,3% variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan, kepercayaan dan *switching barrier*.

IMPLIKASI MANAJERIAL

- Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah
Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif kepuasan terhadap loyalitas nasabah dengan hasil uji t sebesar 2,386 dengan signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan berpengaruh

signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi kecenderungan nasabah untuk loyal terhadap BRI Unit Setrojenar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mendapatkan loyalitas dari nasabah, perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

b. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan hasil uji t sebesar 2,2127 dengan signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$.

Hal ini menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepercayaan nasabah terhadap bank mengakibatkan meningkatnya loyalitas nasabah atau dengan kata

lain semakin tinggi kepercayaan maka loyalitas nasabah juga semakin tinggi. Jika kepercayaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah maka dimasa mendatang akan terjadi pembelian ulang (loyalitas).

Kepercayaan dibentuk dari pengalaman dan tindakan yang dirasakan nasabah yang terwujud dalam perasaan aman dan yakin pada bank tempat nasabah tersebut mempercayakan uangnya untuk disimpan. Selanjutnya kepercayaan akan berdampak pada keputusan untuk senantiasa loyal pada bank tersebut. Untuk itu BRI Unit Setrojenar senantiasa menjaga kepercayaan yang telah tertanam dibenak nasabah dengan meningkatkan kualitas layanan dan berbagai instrumen dalam pengelolaan bank dengan prinsip kehati-hatian.

c. Pengaruh *switching barrier* terhadap loyalitas nasabah

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh *switching barrier* terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif *switching barrier*

terhadap loyalitas nasabah dengan hasil uji t sebesar 5,494 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa *switching barrier* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi *switching barrier* maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah. Hal ini ditunjukkan apabila *switching barrier* yang dirasakan nasabah meningkat maka kecenderungan nasabah untuk bertahan juga semakin tinggi. Salah satunya karena lokasi yang dekat dengan rumah yang menyebabkan nasabah enggan untuk berpindah ke lembaga keuangan lainnya

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner mengenai Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan *Switching Barrier* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Simpedes BRI Unit Setrojenar) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap

loyalitas nasabah, yang berarti bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi kecenderungan nasabah untuk loyal terhadap BRI Unit Setrojenar. Jadi untuk memenuhi kepuasan konsumen seperti yang diharapkan nasabah, pihak bank harus memberikan pelayanan prima kepada nasabah dan sesuai dengan harapan para nasabah.

2. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Yang berarti bahwa peningkatan kepercayaan nasabah terhadap bank mengakibatkan meningkatnya loyalitas nasabah atau dengan kata lain semakin tinggi kepercayaan maka loyalitas nasabah juga semakin tinggi.
3. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh *switching barrier* terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menjelaskan bahwa *switching barrier* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi *switching barrier*

maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah. Hal ini ditunjukkan apabila *switching barrier* yang dirasakan nasabah meningkat maka kecenderungan nasabah untuk bertahan juga semakin tinggi. Salah satunya karena lokasi yang dekat dengan rumah, yang kedua kekhawatiran akan biaya administrasi yang ditetapkan lembaga keuangan lainnya yang cukup tinggi dibandingkan BRI.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, penulis memberikan saran :

1. Menjaga keberadaan mesin ATM agar selalu dapat beroperasi dengan lancar selama 24 jam sehingga nasabah dapat melakukan transaksi setiap saat dengan menggunakan ATM. Mempertahankan kinerja mesin ATM untuk meminimalisir munculnya masalah dan gangguan sistem ketika nasabah bertransaksi sehingga dapat mengganggu kenyamanan dan kepuasan nasabah.
2. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, BRI Unit setrojenar lebih mengoptimalkan pelatihan terhadap karyawan. Upaya tersebut

dilakukan dengan harapan adanya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan sesuai dengan harapan nasabah.

3. Penelitian ini terbatas pada variabel kepuasan, kepercayaan, dan *switching barrier*. Dilihat dari nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh masih kecil yaitu sebesar 28,3%, untuk itu kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang lebih mendukung sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, Iwan I Wiratmadja. 2016. Pengembangan Model Loyalitas Nasabah Pada Perbankan Syariah (Bank Syariah Mandiri). Bandung : Institut Teknologi Bandung
- Arzena, Deby M. 2013. Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang. Padang : Universitas Negeri Padang.
- Cahyani, Novi. 2015. Pengaruh Citra Perusahaan, *Relationship Marketing* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Dwiana, Yunia Wardi dan Susi Evanita. 2014. Pengaruh Tingkat Kepercayaan Dan Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang. Padang : Universitas Negeri Padang
- Ellena, Frieda. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah. Semarang : Undip
- Febrianti, Eka R. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Store Image* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Rita Pasaraya Kebumen. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Kebumen : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan IV. Semarang : Undip
- Hadi, Sutrisno. 2004. Metode Penelitian Administrasi untuk Ekonomi dan Bisnis. Edisi 1. Yogyakarta: BPFE.
- Japarianto, Edwin. 2014 . Evaluasi *Customer* PT POS Indonesia Ditinjau Dari Kepuasan, Kepercayaan Dan *Switching Barriers*. Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Maghfiroh, Rusdarti. 2016. Pengaruh Kepuasan, Antusiasme, Dan *Switching Barrier* Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Serba Usaha. Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Sarwono, Jonathan. 2007. Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS. Yogyakarta : Andi
- Soegoto, Agus S. 2013. Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. Manado : Universitas Sam Ratulangi Manado
- Solechah, Euis Soliha. 2015. Pengaruh Citra Dan Kepercayaan Terhadap Nilai Pelanggan Dan Dampaknya Pada Kepuasan Serta Loyalitas Nasabah. Semarang : Universitas Stikubank

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Malang : Banyumedia Publishing.

Wijayanti, Nina. 2010. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia TBK. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.

Wijayanto, Kusuma. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta

<https://tunas63.wordpress.com/2010/06/23/visi-misi-dan-sejarah-bank-bri>.

Diunduh pada tanggal 28 Juli 2017.

<https://repository.widyatama.ac.id>. Diunduh pada tanggal 21November 2016.