
THE INFLUENCE OF SATISFACTION ON SERVICE QUALITY AND INTEREST RATE ON CUSTOMER LOYALTY DEPOSIT AT BPR LPN PASAR BARU SAWAHLUNTO

Hesti Maria Putri

Universitas Negeri Padang

Abstract: *The development of BPR especially in Sawahlunto really promising. Industry Of BPR takes a very important role in economic sector. The tighter competition among those BPR, themselves the service should be done more optimally, so that the company is able to win the competition. This study aim to analyse the influence of satisfaction Variabel reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible and interest rate on customer loyalty deposit BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto. The number of respondent on this research is defined 67 respondents. The sampling technique in this research is by using random sampling. The data processed and analyze by using multiple analysis tools (multiple regression) by using SPSS program. Statistical analysis showed that satisfaction on service quality and interest rate has a positive and significant effect on customer loyalty.*

Keyword: *Customer loyalty ,satisfaction on service quality, interest rate*

PENDAHULUAN

Pelayanan *exellent* dalam era globalisasi ini sangat menuntut sikap profesionalisme di segala bidang pelayanan *public service*. Perusahaan harus benar-benar fokus dalam menanggapi tentang apa saja yang dianggap penting oleh pelanggannya dan berusaha bagaimana setiap saat meningkatkan performanya di mata pelanggan, sehingga pelanggan menjadi puas.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan tersebut adalah dengan menciptakan nasabah yang loyal, inilah yang akan menjadi tulang punggung perusahaan untuk terus berkembang melalui sikap dan perilakunya yang mendukung perusahaan . Hal tersebut sesuai dengan pendapat Griffin (2002:13) bahwa apabila perusahaan memiliki nasabah yang loyal, maka perusahaan akan mendapat beberapa keuntungan, antara lain dapat mengurangi biaya pemasaran, dapat mengurangi biaya *turn over* konsumen serta meningkatkan penjualan silang yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan dan perkembangan usaha.

Salah satu faktor yang sangat berperan aktif dalam mendapatkan nasabah yang loyal pada sebuah bank adalah kualitas pelayanan dari bank itu sendiri. Baik atau tidaknya pengelolaan suatu bank dapat dilihat dari kualitas pelayanan jasa yang diberikan. Apabila kualitas jasa (pelayanan) buruk, maka bank tersebut akan memiliki citra yang buruk di mata nasabahnya. Sebaliknya apabila sebuah bank memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka bank tersebut akan memiliki citra yang baik pula di mata nasabahnya. Alangkah baiknya apabila sebuah bank dapat menerapkan sebuah kualitas pelayanan yang dapat mengerti kebutuhan nasabahnya, tidak hanya terpaku pada sebuah strategi promosiakan tetapi juga memperhatikan kualitas layanan yang diberikan, sehingga kepuasanpun dapat terwujud pada setiap nasabah.

Agar mendapat gambaran yang positif dalam persepsi pelanggan terhadap jasanya dan dapat bertahan dalam persaingan serta dapat membuat pelanggan loyal, suatu perusahaan penyedia jasa harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang

baik bagi pelanggan. Kualitas jasa di sini hanya dapat dilihat dari loyalitas nasabah atas lima dimensi kualitas jasa sebagaimana yang dijelaskan Kotler dan Keller (2009:54), yaitu meliputi: keandalan (*reliability*), responsivitas/daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan wujud/bukti langsung (*tangible*).

Salah satu produk bank yang banyak diminati oleh nasabah, yang ingin menyimpan dananya dengan keuntungan bunga yang lebih tinggi daripada tabungan simpanan biasa adalah Deposito. Hal ini dikarenakan suku bunga deposito memang dikenal lebih tinggi daripada suku bunga tabungan biasa. Deposito juga diminati karena dapat

digunakan sebagai jaminan dalam permintaan kredit dan minimnya biaya administrasi bulanan.

Salah satu bank yang berada ditengah-tengahketatnya persaingan adalah BPR LPN Pasar Baru Sawahluto. BPR LPN Pasar Baru Sawahluto dengan semua produk simpanannya telah berupaya memberikan pelayanan yang maksimal dengan fasilitas yang ada serta suku bunga yang bersaing Untuk semua jenis simpanan telah dijamin pemerintah melalui Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Fasilitas tersebut tersebut cukup memadai dalam melayani nasabah. Dengan maksud agar jumlah nasabah dapat terus meningkat.

Tabel 1 Jumlah Nasabah dan Jumlah Dana Deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto Tahun 2007 –2012

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase Perubahan	Jumlah Dana Rp (000)	Persentase Perubahan
1.	2007	97		1.422.000	
2.	2008	77	-20%	1.239.500	-14%
3.	2009	73	-0,5%	1.439.000	13%
4.	2010	90	18%	2.116.000	31%
5.	2011	83	-0,8%	1.863.000	-13%
6.	2012	80	-0,3%	1.557.000	-19%

Dari uraian tersebut dapat terlihat adanya penurunan tingkat loyalitas nasabah yang terlihat dari fluktuasi jumlah nasabah dan jumlah dana pada jenis simpanan Deposito yang terjadi pada BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto meskipun suku bunga yang ditawarkan pihak banksaat ini sudah tinggi. Bila hal ini dibiarkan saja maka akan terjadi fluktuasi pada sumber dana BPR LPN Pasar Baru Sawahluto, sehingga menurunkan *profit* perusahaan.

Namun demikian, BPR LPN Pasar Baru Sawahluto juga memiliki keterbatasan-keterbatasan

yang mendasar untuk jenis fasilitas fisik yang diberikan oleh pihak bank, seperti hal yang ditemukan di lapangan yaitu area parkir yang belum cukup memadai untuk menampung kendaraan nasabah yang datang, sistem keluhan seperti kotak saran yang belum ada, fasilitas tempat duduk yang belum memadai sehingga masih ditemukan beberapa nasabah yang masih berdiri saat menunggu. Kondisi tersebut menyebabkan adanya kesenjangan antara harapan nasabah dengan pelayananyang diterima, sehingga menimbulkan rasa kecewa dan ketidakpuasan pada diri nasabah.

Begitupula reputasi BPR saat ini yang dipandang kurang begitu bonafid dibandingkan bank-bank konvensional lain yang memiliki pelayanan yang lebih bagus dan dianggap bank untuk kalangan menengah kebawah bagi sebagian masyarakat. Apabila hal ini tidak mendapat perhatian dari pihak manajemen bank, maka lambat laun akan menyebabkan nasabah pindah kepada bank pesaing.

Sedangkan untuk daya tanggap karyawan, masih ditemukan karyawan lambat saat melayani nasabah, sehingga harus membuat nasabah menunggu lama. Serta kurangnya penjelasan informasi mengenai deposito yang membuat nasabah tidak begitu paham mengenai produk deposito yang ditawarkan oleh BPR LPN Pasar Baru. Dari hal diatas dapat dijelaskan bahwa nasabah belum mendapatkan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.

Mengenai kemampuan BPR dalam memberikan pelayanan masih ditemukannya pelayanan yang kurang tepat waktu, seperti informasi jam buka dan jam tutup bank dibagian depan. Begitu pula prosedur deposito untuk nasabah, cukup lama dan sedikit berbelit-belit, sehingga nasabah harus menghabiskan waktu yang cukup lama untuk menyelesaikannya. Kondisi ini menyebabkan nasabah merasa pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan harapan mereka seperti proses yang cepat, mudah dan tepat waktu.

Dari fenomena yang ditemukan di lapangan yaitu kurang baiknya bentuk pelayanan yang diberikan oleh BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto tentunya akan mempengaruhi jumlah nasabah pada bank tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan akan mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto, karena adanya pelayanan yang berkualitas yang diberikan kepada nasabah tentunya

akan memuaskan harapan nasabahnya sehingga akan meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank.

Mengacu pada hal diatas, diharapkan agar nasabah deposito tetap loyal kepada BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto dengan keberlanjutan aktivitas deposito, tidak mudah beralih kepada bank lain, melakukan promosi kepada teman serta melakukan pembelaan terhadap BPR LPN Pasar Baru sawahlunto. Maka kepuasan atas kualitas pelayanan dan suku bunga diduga dapat mempengaruhi loyalitas nasabah deposito. Berdasarkan permasalahan diatas, perlu ditelaah lebih lanjut pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah dalam menempatkan dananya di BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto, sehingga menarik dilakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan dan Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah Deposito Pada BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto.”**

TELAAH LITERATUR

1. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas pelanggan menurut Oliver dalam Kotler dan Keller (2012:149) adalah : *“ A Deeply held comitment to rebuy or repatronize a preffered product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potensial to cause switching behaviour”*. Jika dapat di definisikan dapat kurang lebih memiliki arti loyalitas pelanggan adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Selanjutnya Griffin (2005: 16), *“Loyalitas merupakan hasil curahan perhatian pada apa yang*

perlu dilakukan untuk mempertahankan pelanggan dan kemudian terus menerus melakukannya." Hal ini dikarenakan dengan mendapatkan sikap loyalitas dari pelanggan berarti perusahaan dihadapkan kepada keuntungan ditambah lagi apabila penerapannya dalam jangka waktu yang panjang, maka sudah dapat dipastikan bahwa perusahaan akan menerima keuntungan jangka panjang pula.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan suatu sikap positif konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang disertai dengan perilaku pembelian secara berulang dan bersikap konsisten, yang selanjutnya konsumen akan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan tersebut kepada orang lain.

Bagian ini memuat konsep teori, literatur-literatur sebelumnya yang terkait dengan penelitian dan pengembangan hipotesis. Jenis Huruf Times New Roman, ukuran 10.

Tabel dan gambar diberi nomor urut dan judul lengkap yang menunjukkan isi dari tabel atau gambar. Penulisan judul tabel dicantumkan di atas tabel, sedangkan penulisan judul gambar dicantumkan di bawah gambar

1. Tingkat Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan

Pengertian kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dalam Manurung (2007:25) adalah "Tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengamatan konsumsi suatu produk atau jasa." Sedangkan menurut Day dalam Tjiptono (2000:146), "Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya".

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dan jasa yaitu dengan membandingkan kinerja yang pelanggan rasakan dengan suatu tingkat harapan pelanggan yang telah dipersepsikan terlebih dahulu.

1. Kualitas Pelayanan

Dewasa ini kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang dianggap penting didalam suatu perusahaan. Setiap perusahaan berlomba untuk menghasilkan kualitas pelayanan yang terbaik untuk konsumennya. Hal ini dilakukan agar konsumen selalu merasa nyaman atau menyukai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, jadi dengan kata lain perusahaan harus dapat menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya untuk mempertahankan konsumen yang ada serta mampu meningkatkan jumlah konsumennya.

Menurut Kotler dan Keller (2012:153) mendefinisikan bahwa "*Quality is the totality of features and characteristics of a product or services that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.*" Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Dimensi Kualitas Jasa

Menurut Parasuraman dan kawan-kawan dalam Tjiptono (2005:52), terdapat lima determinan kualitas jasa berdasarkan urutan arti pentingnya, yaitu: "Keandalan (*reliability*), responsivitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan wujud (*tangible*)."

1) Keandalan (*reliability*)

adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Hal ini meliputi:

- a) Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.
- b) Keandalan dalam penanganan masalah layanan pelanggan.
- c) Melaksanakan jasa dengan benar pada saat pertama.
- d) Menyediakan jasa pada waktu yang dijanjikan.
- e) Mempertahankan catatan bebas kesalahan.
- f) Karyawan yang mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

2) Responsivitas (*responsiveness*)

adalah kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Hal ini meliputi:

- a) Selalu memberitahu pelanggan tentang kapan layanan akan dilaksanakan.
- b) Layanan tepat waktu bagi pelanggan.
- c) Kesediaan untuk membantu pelanggan.
- d) Kesediaan untuk merespons permintaan pelanggan

3) Jaminan (*assurance*)

Adalah kemampuan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Hal ini meliputi :

- a) Karyawan yang menanamkan keyakinan kepada pelanggan.
- b) Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka.
- c) Karyawan yang selalu sopan.

4) Empati (*emphaty*)

adalah kemampuan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan . Hal ini meliputi :

- a) Memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
- b) Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian.
- c) Mengutamakan kepentingan terbaik pelanggan.
- d) Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka.
- e) Jam bisnis yang nyaman.

5) Wujud (*tangible*)

adalah berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Hal ini meliputi :

- a) Peralatan modern.
- b) Fasilitas yang tampak menarik secara visual.
- c) Karyawan yang memiliki penampilan rapi dan profesional.

Bahan yang berhubungan dengan jasa mempunyai daya tarik visual

2. Suku Bunga

a. Pengertian bunga bank

Menurut Kasmir (2005:133) Bunga bank adalah “balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya.” Bunga bank juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman).

Dalam kegiatan perbankan konvensional sehari-hari, ada 2 macam bunga yang diberikan kepada nasabahnya yaitu :

1. Bunga simpanan

Merupakan harga beli yang harus dibayar bank kepada nasabah pemilik simpanan. Bunga ini diberikan sebagai ransangan atau balas jasa,

kepada nasabah yang menyimpan uangnya di bank. Sebagai contoh jasa giro, bunga tabungan dan bunga deposito.

2. Bunga pinjaman

Merupakan bunga yang dibebankan kepada para peminjam (Debitur) atau harga jual yang harus dibayar oleh nasabah peminjam kepada bank. Bagi bank bunga pinjaman merupakan harga jual dan contoh harga jual adalah bunga kredit.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi suku bunga

Besar kecilnya suku bunga simpanan dan pinjaman sangat dipengaruhi oleh keduanya, artinya baik bunga simpanan maupun pinjaman saling mempengaruhi, disamping pengaruh faktor-faktor lainnya, seperti jaminan, jangka waktu, kebijakapemerintah dan target laba.

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnyapenetapan suku bunga secara garis besar sebagai berikut:

1. Kebutuhan dana

Apabila bank kekurangan dana (simpanan sedikit) sementara permohonan pinjaman meningkat, aka akan dilakukan oleh bank agar daa tersebut cepat terpenuhi dengan meningkatkan suku bunga simpanan. Dengan meningkatnya suku bunga simpanan, akan menarik nasabah untuk menyimpan uang di bank. Dengan demikian kebutuhan dana akan dipenuhi.

2. Persaingan

Dalam memperebutkan dana simpanan, maka disamping faktor promosi, yang paling utama pihak perbankan harus memperhatikan pesaing.

3. Kebijakan pemerintah

Dalam kondisi tertentu pemerintah dapat menentukan batas maksimal atau minimal suku buga, baik bunga simpanan maupun bunga pinjaman. Dengan ketentuan batas minimal atau maksimal bunga simpanan maupun bunga pinjaman bank tidak boleh

melebihi batas yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

4. Target laba yang diinginkan

Target laba yang diinginkan, merupakan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh bank. Jika laba yag diinginkan besar, maka bunga pinjaman ikut besar dan demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu pihak bank harus hati-hati dalam menentukan persentase laba atau keuntuga yang diinginkan.

5. Jangka waktu

Semakin panjang jangka waktu pinjaman, maka akan semakin tinggi bunganya, hal ini disebabkan besarnya kemungkinan resiko di masa mendatang. Demikian pula sebaliknya jika pinjaman berjangka pendek, maka bunganya relatif rendah.

6. Kualitas jaminan

Semakin likuid jaminan yang diberikan, maka semakin rendah bunga kredit yang dibebankan dan sebaliknya.

7. Reputasi perusahaan

Bonafiditas suatu perusahaan yang akan memperoleh kredit juga sangat menentukan tingkat suku buga yag akan dibebankan nantinya, karena biasanya perusahaan ya bonafid kemungkinan resiko kredit macet di masa mendatang relatif kecil dan sebaliknya.

8. Produk yang kompetitif

Maksudnya produk yang dibiayai kredit tersebut laku dipasaran. Untuk produk yang kompetitif, bunga kredit yang diberikan relatif rendah jika dibandingkan dengan produk yang kurang kompetitif. Hal ini disebabkan tingkat pengembalian kredit terjamin, karena produk yang dibiayai laku dipasaran.

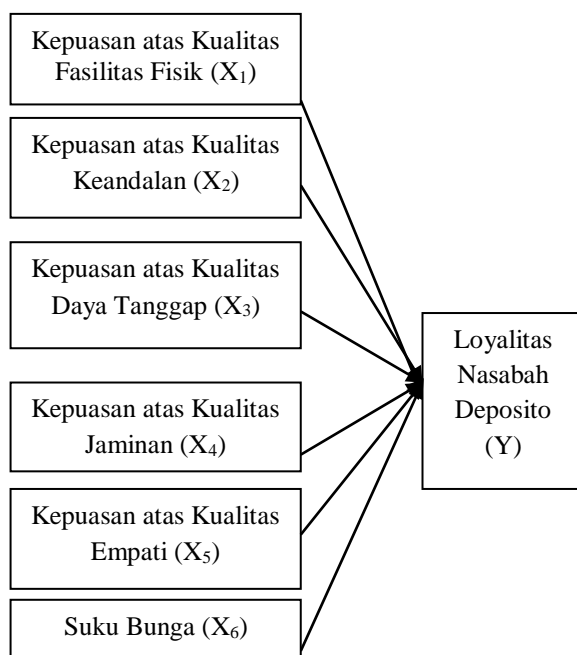
9. Hubungan baik

Biasanya pihak bank menggolongkan nasabahnya menjadi dua yaiytu nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (sekunder). Penggolongan ini didasarkan kepada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap bank. Asabah utama

biasanya mempunyai hubungan yang baik dengan pihak bank, sehingga dalam penentuan suku bunga pun berbeda dengan nasabah biasa.

10. Jaminan pihak ketiga

Dalam hal ini pihak yang memberikan jaminan kepada bank untuk menanggung segala resiko yang dibebankan kepada penerima kredit. Biasanya pihak yang memberikan jaminan bonafid, baik dari segi kemampuan membayar, nama baik maupun loyalitasnya terhadap bank, sehingga bunga yang dibebankan juga berbeda.



Gambar Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual, maka diasumsikan bahwa:

1. Kepuasan atas kualitas fasilitas fisik (*tangible*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto.
2. Kepuasan atas kualitas keandalan (*reliability*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto.

3. Kepuasan atas kualitas daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto
4. Kepuasan atas kualitas jaminan (*assurance*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto
5. Kepuasan atas kualitas empati (*empathy*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto.
6. Suku Bunga mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto.

Deposito

Pengertian Deposito menurut Simorangkir dalam Riadi(2012:1)

“*Deposito adalah setiap jumlah uang yang dapat disetor oleh seseorang debitur atau penyewa sebagai uang panjar atau uang muka, baik telah dikredit maupun akan dikredit kepadanya atas nama deposito atau uang muka, baik jumlah tersebut akan telah dibayar kepada kreditur atau pemilik atau seseorang lainnya, atau akan telah dilunaskan melalui pembayaran uang atau transfer atau melalui penyerahan barang-barang atau dengan cara lain*”.

Sedangkan menurut Thomas Suyatno dalam Riadi (2012:1), pengertian deposito adalah “*Simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam waktu tertentu menurut perjanjian pihak ketiga dengan bank yang bersangkutan*”.

Menurut Undang-Undang No. 10/1998, Pasal 1 ayat 7 dalam Kasmir (2005:93) yang memberikan pengertian deposito adalah sebagai berikut: “*Deposito adalah simpanan yang*

penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpanan dengan bank”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini digolongkan kedalam jenis penelitian deskriptif yang berbentuk kuantitatif artinya penelitian ini merupakan penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Penelitian ini ditujukan untuk menguji hipotesis dan mengadakan interpretasi terhadap pengaruh masing-masing variabel penelitian dengan menggunakan analisis statistik. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah simpanan Deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto pada tahun 2012 yang berjumlah 80 orang sehingga didapat jumlah sampel minimal yang diambil dari BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto yang menjadi objek penelitian sebanyak 67 orang responden. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *random sampling*.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Data primer yaitu data yang langsung diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti, dalam hal ini peneliti menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data dari responden yang telah menjadi nasabah BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto. Data sekunder adalah data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya. Dimana dalam hal ini peneliti mendapatkan informasi dari staff BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto berupa dokumentasi mengenai laporan pergerakan jumlah nasabah dan dana yang terhimpun dari bulan Desember 2007 sampai bulan Desember 2012.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan daftar pernyataan langsung kepada responden dalam bentuk kuesioner.

Variabel Penelitian

Variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Loyalitas nasabah deposito BPR LPN sebagai variabel (*Y*), sedangkan Variabel Independen yang digunakan adalah Kepuasan Atas Fasilitas Fisik (*X1*), Kepuasan Atas Keandalan (*X2*), Kepuasan Atas Daya Tanggap (*X3*), Kepuasan Atas Jaminan (*X4*), Kepuasan Atas Empati (*X5*), dan Suku Bunga (*X6*).

Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban dan masing-masing diberi skor yaitu: Sangat Puas (SP), Puas (P), Cukup Puas (CP), Tidak Puas (TP), dan Sangat Tidak Puas (STP). Menurut Sugiyono (2008) dengan skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Model Analisis

Dari data yang dikumpulkan, maka akan diolah dengan menggunakan alat analisis berganda (*multiple regression*) dengan menggunakan program SPSS. Alat analisis regresi berganda digunakan untuk melihat pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Uji Model

Setelah dilakukan analisis regresi berganda setelah itu dilakukan uji F untuk melihat apakah model yang digunakan signifikan atau tidak, sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, kemudian dilakukan Uji Determinasi (R^2), dimana semakin besar nilai R^2

maka akan semakin baik model regresi dengan data yang ada, selanjutnya dilakukan uji t, dimana uji t digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Loyalitas Nasabah Deposito (Y). Analisis dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda dengan hasil analisis seperti yang terlihat

HASIL DAN DISKUSI

Tabel 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Nasabah Deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	27	40,3%
Wanita	40	59,7%
Total	67	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer 2013

Penelitian ini menganalisis pengaruh dua variabel bebas yaitu variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5), dan suku bunga (X6) mempengaruhi

Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.932	1.693		-1.732	.088
Tangibles	.173	.057	.258	3.027	.004
Reliability	.114	.054	.113	2.126	.038
Responsiveness	.260	.087	.281	2.991	.004
Assurance	.231	.090	.239	2.570	.013
Empathy	.165	.080	.108	2.066	.043
Rate	.547	.214	.171	2.551	.013

Sumber : Hasil pengolahan Data Primer 2013

BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto sebagai berikut :

Dari tabel diatas dapat dirumuskan model regresi berganda dari variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah deposito pada

$$Y = -2,932 + 0,173X_1 + 0,114X_2 + 0,260X_3 + 0,231X_4 + 0,165X_5 + 0,547X_6$$

Dari persamaan di atas dapat diartikan bahwa nilai konstanta sebesar -2,932 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel bebas yaitu fasilitas fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan suku bunga maka nilai loyalitas nasabah pada BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto sebesar -2,932.

Variabel kepuasan atas fasilitas fisik (X1) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,173 dengan nilai t hitung 3,027 pada Sig 0,004 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan atas fasilitas fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Variabel kepuasan atas keandalan (X2) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,114 dengan nilai t hitung 2,126 pada Sig 0,038 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan atas keandalan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Variabel kepuasan atas daya tanggap (X3) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,260 dengan t hitung 2,991 pada Sig 0,004 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan atas daya tanggap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Variabel kepuasan atas jaminan (X4) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,012 dengan t hitung 3,206 pada Sig 0,002 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan atas jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Variabel kepuasan atas empati (X5) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,165 dengan t hitung 2,066 pada Sig. 0,043 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa empati berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Variabel suku bunga (X6) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,547 dengan t hitung 2,551 pada Sig 0,013 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel suku bunga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Untuk nilai adjusted R² 0,871 berarti 87,1% loyalitas nasabah deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto dapat dijelaskan oleh variabel fasilitas fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan suku bunga, sedangkan 12,9% ditentukan oleh variabel di luar penelitian ini.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan

1. Variabel kepuasan atas fasilitas fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito pada BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah atas fasilitas fisik akan meningkatkan loyalitas nasabah deposito terhadap BPR LPN Pasar Baru.

2. Variabel kepuasan atas keandalan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas deposito pada BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah atas keandalan pada BPR LPN Pasar Baru akan meningkatkan loyalitas nasabah deposito terhadap BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto.
3. Variabel kepuasan atas daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito pada BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah atas daya tanggap karyawan BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto akan meningkatkan loyalitas nasabah deposito terhadap BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto.
4. Variabel kepuasan atas jaminan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito pada BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah atas jaminan pada BPR Pasar Baru Sawahlunto akan meningkatkan loyalitas nasabah deposito terhadap BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto.
5. Variabel kepuasan atas empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito pada BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto. Semakin tinggi tingkat kepuasan atas empati pada BPR Pasar Baru Sawahlunto akan meningkatkan loyalitas nasabah deposito terhadap BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto..
6. Variabel suku bunga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah deposito BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto. Semakin tinggi tingkat suku bunga deposito yang diberikan oleh pihak Bank akan meningkatkan loyalitas nasabah deposito terhadap BPR LPN Pasar Baru

Sawahlunto. Hal ini berarti suku bunga deposito merupakan faktor paling penting yang menjadi pertimbangan bagi nasabah dalam menempatkan dananya pada jenis simpanan deposito di BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto.

Berdasarkan penemuan yang diperoleh dari hasil penelitian, maka untuk meningkatkan loyalitas nasabah deposito pada BPR LPN Pasar Baru Sawahlunto dapat disarankan sebagai berikut :

1. Meningkatkan dan menambah fasilitas fisik (*tangibles*) :
 - Memperbaiki dan menambah area parkir
 - Menyediakan tempat duduk yang memadai untuk menampung nasabah
 - Menyediakan dan meningkatkan sarana hiburan bagi nasabah
 - Menjaga kebersihan ruang pelayanan
 - Meningkatkan kerapian penampilan karyawan
 - Meningkatkan kenyamanan ruang pelayanan
2. Meningkatkan keandalan (*reliability*) :
 - Memberikan kemudahan prosedur deposito yang cepat dan mudah
 - Memberikan pelayanan yang tepat waktu sehingga nasabah tidak perlu menunggu lama
 - Meningkatkan pelayanan sesuai janji
 - Meningkatkan pengetahuan karyawan mengenai produk bank
 - Meningkatkan keakuratan pencatatan dan penyimpanan dokumen
3. Meningkatkan daya tanggap (*responsiveness*)
 - Memberikan informasi yang lebih rinci kepada nasabah
 - Lebih cepat tanggap dalam penanggulangan keluhan
 - Memperhatikan kebutuhan nasabah

Lebih cepat merespon permintaan nasabah sehingga nasabah tidak perlu risau tentang permasalahan mereka
4. Meningkatkan jaminan (*assurance*)

- Meningkatkan reputasi BPR
 - Meningkatkan kepercayaan nasabah
 - Keterjaminan dana yang ada di BPR LPN Pasar Baru
 - Selalu menjaga dan meningkatkan kesopanan
5. Meningkatkan empati (emphaty)
- Meningkatkan perhatian secara individual
 - Meningkatkan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan nasabah
 - Selalu bersikap ramah kepada nasabah
 - Kemudahan menghubungi karyawan.
6. Membuat kebijakan mengenai suku bunga:
- Memberikan suku bunga deposito yang bersaing dan tinggi dibandingkan bank lain, sehingga menarik nasabah untuk melakukan deposito dan memperpanjang jangka waktunya.
 - Meningkatkan kestabilan tingkat suku bunga deposito
 - Menetapkan besarnya tingkat suku bunga deposito setiap bulannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhirmen. (2005). *Statistik 1*. Padang : Universitas Negeri Padang.
- Alamsyah, Purnama. (2008). *Membangun Indeks Kepuasan*. (Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol .IX No. 1 hal 62-81) Bandung : Universitas Padjadjaran Bandung.
- Amka, Zamzami. (2008). *Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Sawahlunto*. Tesis Magister Manajemen. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Arif, Ali. (2008). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen dan Citra Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Sakit Bersalin di Kota Semarang*. FE-UNIBRAW. Tesis Pasca Sarjana. Malang: Universitas Brawijaya. Malang.
- Arikunto, Suharsini. (2002). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Ricka Cipta.
- Bungin, Burhan .M. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Prenada Media.
- Bollen, Kenneth A. (1996). *An Alternative Two Stage Least squares (2sls) Estimator for Latent Variabel Equations, Psychometrica*, Vol . 61,pp.109-121.
- Dama, Hais. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo*. (Jurnal Inovasi, vol 7 no. 2 ISSN p 892-902).
- Dharmayanti, Diah. (2006). *Analisis Dampak Service Performance dan kepuasan sebagai variable moderating terhadap loyalitas nasabah*. Jurnal manajemen pemasaran, Volume 1, No 1.
- Delvianti. (2008). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tamasa pada PT.BPR Sungai Rumbai*. Tesis Magister Manajemen. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Edisi Revisi Bahasa Indonesia. Jakarta:Erlangga.
- Handayani, Lidya. (2010). *Pengaruh Kepuasan Atas Dimesi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Komersil Pada Bank Nagari Cabang Lubuk Alung*. Tesis Magister Manajemen. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Hurriyati, Ratih. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Irawan Handi, D. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Pradigma Baru Merebut Hati Pelangga Utuk Memenangkan Persaingan*,

-
- Edisi Pertama, Ceakan Ketiga, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Indratenaya, Yogie. (2003). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah*. Tesis Pasca Sarjana. Universitas Diponegoro.
- Kasmir, (2005). *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip and Kavin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*; Fourteen Edition. New Jersey: Pearson International Education.
- _____.(2009). *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, Edisi 13, Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran* Jilid 2, Edisi 13, Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, (2008). *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta:Indek Kelompok Gramedia.
- Kotler,Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh.Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2003) *Marketing insights From A to Z*, Jakarta:Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua . Jakarta : Salemba Empat.
- _____(2001). *Manajemen Pemasaran Jasa:Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetya,Irawan. (1999). *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta: STIA-Ian Press.
- Rangkuty,Freddy. (2004). *Riset Pemasaran*. Cetakan Kelima.Jakarta:Gramedia.
- _____.(2002). *Measuring Customer Satisfication* . Jakarta: Gramedia.
- Riadi, Muchlisin. (2012). *Pengertian dan Sumber Dana Bank*. www.google.com . Diakses 12 Januari 2013
- Sasmita, Wira. (2004). *Analisa Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang*. FE-UNAND. Skripsi Sarjana. Padang: Universitas Andalas Padang.
- Sudjana . (1989). *Metode Statistik*. Bandung: Tarsito.
- Sitepu, Nirwana SK. (1994). Analisis Jalur (path Analysis). Unit Pelayanan Statistika Jurusan Statistik. Bandung: Universitas Padjajaran Bandung.
- Syofian. (2008). *Pengaruh Kepuasan atas Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Bank Nagari Cabang Painan*.Tesis Universitas Negeri Padang.
- Tjiptono, Fandy dan Gregodius Chandra. (2005). *Service Quality & Satisfaction*.Yogyakarta: Andi.
- _____. (2002). *Strategi Pemasaran*.Edisi Kedua.Yogyakarta: Andi.
- _____. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Umar, Husein. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia

