

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG KAPTEN AHMAD RIVAI PALEMBANG

Oleh :
Rizu Andesta
19.11.079

Abstrak

Rizu, 2023, The Influence of Service Quality on Customer Loyalty at Bank Syariah Indonesia Ahmad Rivai Palembang Branch Office, majoring in State Administration at the Satya Negara Palembang College of State Administration (STIA). Main Advisor (I) Hendriyenti, S.Ag., M.Pd.I and Assistant Advisor (II) Holipah, S.Sos., M.Sc. The problems in this study were found in the service section which is seen in general at Bank Syariah Indonesia Ahmad Rivai Palembang Branch Office such as the narrow parking area (both for four-wheeled vehicles and two-wheeled vehicles), and the limited waiting room for customers, of course this makes customers uncomfortable. If allowed to continue will have a negative impact on the company. Because the customer's assessment of the quality of service provided by the company is very important in society. If the customer's rating is good, it will influence other people to subscribe to a company that does provide the best quality service. Vice versa, if the quality of the service provided gives the impression that the image is not good, they may immediately move to another place and will no longer use the company's services. The purpose of this study was to examine the effect of service quality on customer loyalty at (BSI) Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Rivai Palembang. The research method used is the associative method, with a quantitative approach. Data collection techniques namely observation, questionnaires, documentation, and literature study. Data analysis techniques are normality test, t test, simple linear regression test, and test the coefficient of determination. Based on the results of the research and discussion, it can be concluded that the effect of service quality on customer loyalty is 0.142 or 14.2%, then from the t test results there is a value of 4.149 and from the results of the normality test it produces a value of 0.200 then from the test results the coefficient of determination is 26.4% this can be categorized as having moderate influence, while 86.8% is influenced by other factors such as value, image, convincing and easy to obtain, satisfaction, service, guarantee, and product quality.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di era milenium ini tak bisa lepas dari perkembangan perbankan. Istilah simpan-pinjam, tabungan, kredit, dan deposito. Oleh karena itu bank yang merupakan tempat bertukarnya uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran ditantang untuk menjawab kemajuan teknologi sebagai partner kemudahan bertransaksi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perbankan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing.

Dalam menghadapi persaingan antar bank, Bank Syariah Indonesia terus meningkatkan kinerja dalam bentuk pelayanan agar mendapatkan loyalitas dari nasabah. Dengan memiliki produk perbankan yang tidak memenuhi kualitas pelayanan, mengakibatkan sebuah bank dengan mudah untuk ditinggalkan oleh nasabahnya, dan pada akhirnya nasabah tersebut akan beralih ke bank lain.

Berdasarkan pengamatan sementara yang telah dilakukan penulis pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang, penulis mengemukakan beberapa permasalahan yang dijumpai pada bagian pelayanan yang terlihat secara umum di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang seperti sempitnya area parkir (baik untuk kendaraan beroda empat maupun kendaraan yang beroda dua), dan terbatasnya ruang tunggu untuk nasabah tentu hal tersebut membuat nasabah kurang nyaman.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan pelayanan publik ini menjadi

sebuah penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Rivai Palembang.**

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalahnya yaitu : Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada (BSI) Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Rivai Palembang.

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan : Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada (BSI) Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Rivai Palembang.

4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

- a. Dapat menambah ilmu pengetahuan tentang penerapan standar pelayanan di (BSI) Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Rivai Palembang, kemudian untuk melatih kemampuan menganalisis masalah berdasarkan fakta dan data yang tersedia.
- b. Sebagai kemampuan untuk menulis dalam bentuk karya ilmiah berdasarkan kajian-kajian teori yang diperoleh dari ilmu administrasi negara.

2. Bagi Stia Satya Negara Palembang

- a. Sebagai masukan baru dalam kepustakaan dan bahan kajian serta bahan perbandingan bagi mereka yang membutuhkan dimasa yang akan datang.
- b. Memberikan peluang bagi mahasiswa untuk dapat mengaplikasikan teori yang mereka dapatkan selama perkuliahan.

3. Bagi (BSI) Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Rivai Palembang.

- a. Sebagai upaya untuk memberi masukan dan informasi berguna bagi (BSI) Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Rivai Palembang.

- b. Sebagai gambaran kinerja (BSI) Bank Syariah Indonesia kusus nya dalam hal pelayanan sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi yang sangat berguna untuk meningkatkan kinerja Bank Syariah Indonesia.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Pengaruh

Pengaruh merupakan suatu akibat yang timbul dari sesuatu bisa dari benda maupun orang, hal tersebut dapat berdampak terhadap suatu hal, bisa positif dan bisa juga negatif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata pengaruh yakni : “Daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang”. Pengaruh adalah “daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang,” (Depdikbud, 2001:845).

2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut Suwithi dalam Anwar (2002:84); “Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan.” Sedangkan menurut Sulastiyono (2011:35-36) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks, dan tamu akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai ukuranya, yaitu sebagai berikut :

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Kepastian/jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

3. Pengertian Perbankan

Definisi Bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk

lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sedangkan menurut Hasibuan, (2005:2) pengertian bank adalah: Bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan (*financial assets*) serta bermotif profit juga sosial, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja.

4. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah kesetiaan konsumen yang diberikan kepada produk tersebut bahwa produk tersebut telah memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut jiptono (2011) dalam Robby (2017:353) loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali. Sedangkan Menurut Griffin (2006:93). Loyalitas adalah situasi ideal yang paling diharapkan pemasar, dimana pelanggan bersikap positif terhadap produk atau penyedia jasa dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten. Terdapat tiga indikator untuk mengukur loyalitas pelanggan, yaitu :

1. Pembelian Ulang (*Repeat*)
2. Ketahanan (*Retention*)
3. Mereferensikan (*Refferal*)

C. METODELOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:2) “pengertian metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Jenis metode penelitian yang akan penulis gunakan adalah metode asosiatif, dengan pendekatan kuantitatif. Metode asosiatif merupakan metode yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Menurut Sugiyono (2012:11) “pengertian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih”.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sudjana (2010 : 6) Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil yang menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Dalam penelitian ini, populasi yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KC A. Rivai Palembang yang tercatat sampai dengan Januari 2023 yaitu sebanyak 200 orang.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2012:73) : “Sampel adalah jumlah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* (mewakili).

Dalam penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan *sampling incidental*, Menurut Sugiyono (2012:93): “Sampel dengan menggunakan *sampling incidental* yaitu siapapun yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti yang dianggap mengetahui subjek penelitian.”

Menurut Arikunto (2012:104) : “Jika jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka jumlah sampel diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasi lebih dari 100 orang maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi”. Pada penelitian ini jumlah populasi 200 orang, maka penulis mengambil 25% dari jumlah populasi yang ada pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang, yaitu berjumlah 50 orang responden.

3. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2012: 156) bahwa pengumpulan dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dengan menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Teknik pengumpulan data dapat melalui berbagai cara yaitu ;

1. Observasi
2. Kuesioner

3. Dokumentasi
4. Studi Pustaka

4. Teknik Uji Coba Instrumen

Adapun teknik uji coba instrumen yaitu sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012: 348) mengemukakan bahwa “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kendala atau ketepatan suatu alat ukur. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana satu alat ukur pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Sugiyono, 2012: 258). Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki *alpha* lebih besar dari 0,60. Untuk menguji reliabilitas instrument digunakan rumus *Alpha Cronbach* yang perhitungannya menggunakan prosedur reabilitas pada paket program *SPSS for Windowsver 24.0*.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengelolaan data guna menafsirkan data yang telah diperoleh. Menurut Sugiyono (2016:147) yang dimaksud dengan analisis data adalah “Penelitian kuantitatif teknik analisis data yang digunakan biasanya menggunakan statistik”.

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah:

1. Uji Normalitas
2. Uji Hipotesis Uji t
3. Uji Regresi Linear
4. Uji Koefisien D

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Untuk mendapatkan data mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang”. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, kemudian

untuk pengumpulan data peneliti menggunakan kuisioner yang dibagikan langsung kepada 50 Responden yang datang ke Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang. Dimana sesuai sampel yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu 50 responden Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang.

2. Uji Validitas Dan Relibilitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas instrument digunakan untuk melihat kelayakan pertanyaan yang digunakan dalam penyusunan kuesioner. Pengujian validitas dilakukan terhadap 50 responden. Uji validitas berdasarkan uji korelasi dengan uji 2 sisi, pada $N = 50$ atau $df = 50 - 2 = 48$ didapat nilai r tabel = 0,278, selanjutnya dibandingkan antara r hitung dengan r tabel sebagai berikut.

Jika nilai r hitung $< r$ tabel (0,278), maka item dinyatakan tidak valid

Jika nilai r hitung $> r$ tabel (0,278), maka item dinyatakan valid

a. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No Soal	Perbandingan r hitung dengan r tabel		Keterangan
	r hitung	r tabel	
1.	0,595**	0,2787	Valid
2.	0,546**	0,2787	Valid
3.	0,578**	0,2787	Valid
4.	0,552**	0,2787	Valid
5.	0,420**	0,2787	Valid
6.	0,629**	0,2787	Valid
7.	0,452**	0,2787	Valid
8.	0,530**	0,2787	Valid
9.	0,415**	0,2787	Valid
10.	0,578**	0,2787	Valid
11.	0,605**	0,2787	Valid
12.	0,706**	0,2787	Valid
13.	0,600**	0,2787	Valid
14.	0,488**	0,2787	Valid
15.	0,571**	0,2787	Valid

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSSV24)

Berdasarkan tabel di atas maka semua item pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih dari r tabel (0,278) sehingga data dan variabel X dapat digunakan.

b. Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah

No Soal	Perbandingan r hitung dengan r tabel		Keterangan
	r hitung	r tabel	
1.	,719**	0,2787	Valid
2.	,878**	0,2787	Valid
3.	,813**	0,2787	Valid

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSSV24)

Berdasarkan tabel di atas maka semua item dari hasil uji validitas terhadap variabel loyalitas nasabah dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih dari r tabel (0,278) sehingga data dan variabel Y dapat digunakan.

2. Uji Relibilitas

Uji reliabilitas digunakan menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrument yang tidak reliabel maka tidak konsistensi untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Item atau pernyataan dalam kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar dari 0,2787. Hasil untuk uji reliabilitas pada variabel independen dan dependen diuraikan masing-masing sebagai berikut :

a. Uji Relibilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,836	15

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSSV24)

Dari hasil tabel output di atas diketahui nilai reliabilitas instrument pada Cronbach's Alpha sebesar 0,836. Karena nilai lebih dari 0,2787 ($0,836 > 0,2787$) maka dapat disimpulkan bahwa instrument pada variabel X adalah reliabel atau dapat diterima.

b. Uji Relibilitas Variabel Loyalitas Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,728	3

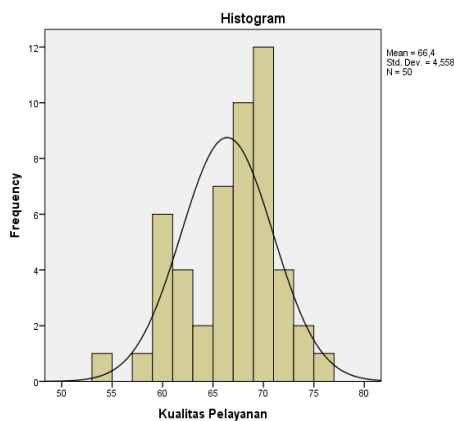
Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSSV24)

Dari hasil tabel output di atas diketahui nilai reliabilitas instrument pada Cronbach's Alpha sebesar 0,728. Karena nilai lebih dari 0,2787 ($0,728 > 0,2787$) maka dapat disimpulkan bahwa instrument pada variabel Y adalah reliabel atau baik.

3. Hasil Distribusi Frekuensi Kuesioner

Selanjutnya akan dilakukan proses perhitungan hasil jawaban kuesioner yang berkenaan dengan seluruh pernyataan yang telah lulus uji validitas. Berdasarkan hasil penelitian dari 50 orang responden yang diteliti, diperoleh hasil penelitian terhadap pelayanan dan loyalitas berdasarkan jasa yang dialami responden, yang dapat dilihat pada tabel hasil distribusi frekuensi sebagai berikut :

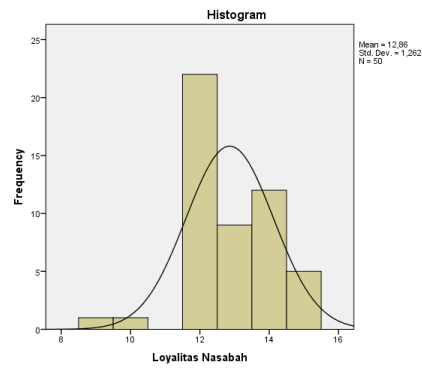
a. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan



Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSSV24)

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa responden pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang yang meliputi pelayanan, dimana pada interval 70 sebanyak 12 orang nasabah. Sedangkan pada interval 55, 57, dan 75 sebanyak 1 orang nasabah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sudah cukup baik pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang.

b. Distribusi Frekuensi Loyalitas Nasabah



Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSSV24)

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa responden pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang yang meliputi pelayanan, dimana pada interval 12 sebanyak 23 orang nasabah. Sedangkan pada interval 8, dan 9 sebanyak 1 orang nasabah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah sudah cukup baik pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang.

4. Teknik Analisis Data

Adapun untuk menguji analisis data, penulis menggunakan beberapa teknik uji, sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,08254890
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,088
	Negative	-,082
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi **0,200 > 0,05**, maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah berdistribusi normal.

b. Uji Hipotesis Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,415	2,281		1,497	,141
	Kualitas Pelayanan	,142	,034	,514	4,149	,000
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSSV24)

Dari tabel diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

0,00 < 0,05 maka terdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y
4,149 > 2,01 maka terdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y

Dari perhitungan uji t diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 4,149 dengan demikian t hitung > t tabel (4,149 > 2,01) dan nilai signifikan yang di dapat sebesar 0,00 yang berarti < 0,05 yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan Hipotesis alternatif (Ha) diterima. Setelah dilakukan perhitungan uji t, maka didapatkan kesimpulan yang didapat Ha diterima dan Ho ditolak.

c. Uji regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,415	2,281		1,497	,141

	Kualitas Pelayanan	,142	,034	,514	4,149	,000
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSSV24)

Tabel di atas merupakan keluaran regresi sederhana. Persamaan regresi sederhana adalah $Y = a + bX$

Persamaan regresi yang diperoleh dengan koefisien konstanta dan koefisien variabel di atas yaitu: $Y = 3,415 + 0,142 X$
Dengan interpretasinya adalah:

1. Nilai 3,415 artinya jika tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan Customer Service X=0, maka kualitas pelayanan Customer Service adalah 3,415.
2. 0,142 artinya adanya pengaruh kualitas pelayanan Customer Service, maka peningkatan akan bertambah 0,142 atau 14,2%.

d. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,514 ^a	,264	,249	1,094
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSSV24)

Berdasarkan output tabel Model Summary dapat diketahui nilai R adalah 0,514 dan berdasarkan tabel 37, nilai R berada diantara posisi 0,40 – 0,599 (kategori sedang), yang mana artinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah termasuk sedang. Kemudian nilai R square sebesar 0,264 yang artinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 26,4% sisanya 74,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5. Pembahasan

Setelah melalui berbagai perhitungan yang telah dilakukan yaitu diperoleh pada tabel kualitas pelayanan terdapat dua (2) indikator yang mempunyai nilai persentase yang paling tinggi yang pertama yaitu tentang indikator keamanan dimana produk pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang sudah

memiliki rasa aman dan kepastian hukum 31 nasabah menyatakan sangat setuju dengan persentase (62%) dan yang kedua tentang indikator kedisiplinan, kesopanan, keramahan dimana pegawai pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang ramah dalam memberikan pelayanannya 30 nasabah menyatakan sangat setuju dengan persentase (60%). Sedangkan untuk indikator yang lainnya semua mempunyai kategori yang tinggi atau baik. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada pegawai Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang dinilai baik. Dapat disimpulkan bahwa jika kualitas pelayanan dapat ditingkatkan lagi maka pengaruh atas kualitas pelayanan dapat memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap loyalitas nasabah. Kemudian pada tabel loyalitas nasabah pada indikator loyalitas nasabah terhadap ketahanan nasabah mempunyai nilai atau persentase paling tinggi yaitu (38%) 19 orang nasabah menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pegawai Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang dalam memberikan pelayanan kepada nasabah memiliki nilai loyalitas sesuai harapan nasabah.

Sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016:138) mendefinisikan Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan.

Berdasarkan pengolahan data regresi linear sederhana maka didapat hasil persamaan $Y = 3,415 + 0,142 X$, maka diketahui *Coefficients* kualitas pelayanan sebesar 0,142 merupakan koefisien regresi yang berarti jika instansi meningkatkan satuan maka akan meningkat sebesar 0,142 dan *standar eror* 0,034 merupakan penyimpangan dari konstanta yang ada dalam persamaan regresi. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yakni Pengaruh Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang (X) berpengaruh positif

terhadap variabel terikat yakni Loyalitas Nasabah (Y), dimana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti oleh kenaikan variabel terikat.

Berdasarkan nilai uji regresi linear sederhana diperoleh nilai 0,142 yang mana artinya adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dimana peningkatan akan bertambah 0,142 atau 14,2% sisanya 86,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Adapun faktor - faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah adalah menurut Hasan (2014 ; 1) faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah :

1. Kepuasan Pelanggan (*Customer satisfaction*). Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai prediktor kuat terhadap kesetiaan pelanggan termasuk rekomendasi positif, niat membeli ulang dan lain-lain.
2. Kualitas Produk atau layanan (*Service quality*) Kualitas produk atau layanan berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan. Kualitas meningkatkan penjualan dan meningkatkan penguasaan pasar, dan mengarahkan/ memimpin konsumen ke arah kesetiaan.
3. Citra Merek (*Brand Image*) Citra merek muncul menjadi faktor penentu kesetiaan pelanggan yang ikut serta membesarkan/membangun citra perusahaan lebih positif.
4. Nilai yang dirasakan (*Perceived value*). Nilai yang dirasakan merupakan perbandingan manfaat yang dirasakan dan biaya-biaya yang dikeluarkan pelanggan diperlakukan sebagai faktor penentu kesetiaan pelanggan.
5. Kepercayaan (*trust*) Kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan.
6. Relasional pelanggan (*customer relationship*) Relasional pelanggan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap proporsionalitas

rasio biaya dan manfaat, rasio biaya dan keuntungan dalam hubungan yang terus menerus dan timbal balik.

7. Biaya Peralihan (*Switching cost*) Dalam kaitannya dengan pelanggan, switching cost ini menjadi faktor penahan atau pengendali diri dari perpindahan pemasok/penyalur produk dan mungkin karenanya pelanggan menjadi setia.
8. Dependabilitas (*reliability*) Tidak hanya sebatas kemampuannya menciptakan superior nilai bagi pelanggan, tetapi juga mencakup semua aspek capaian organisasi yang berkaitan dengan apresiasi publik terhadap perusahaan secara langsung berdampak pada kesetiaan pelanggan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah adalah sebesar 0,142 atau 14,2% kemudian dari hasil uji t terdapat nilai sebesar 4,149 dan dari hasil uji normalitas dihasilkan nilai sebesar 0,200 kemudian dari hasil uji koefisien determinasi terdapat nilai R sebesar 0,514 kemudian nilai R *square* sebesar 0,264 atau 26,4% sedangkan 86,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

2. Saran

Berdasarkan dari uraian kesimpulan penelitian ini maka penulis memberikan saran kepada pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Rivai Palembang, dalam meningkatkan loyalitas nasabah diharapkan lebih meningkatkan kualitas pelayanan salah satunya dari kelengkapan sarana dan prasarana, dengan cara memberikan fasilitas lebih canggih sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi seperti, memperbanyak kantor cabang BSI dan menambah mesin atm tarik tunai ataupun setor tunai di setiap wilayah dan menarik uang tanpa harus menggunakan kartu atm atau menggunakan kode token.

E. DAFTAR PUSTAKA

Atmaja, J, *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB* Jurnal Ecodomic, Vol. 2 No. 1, (April 2018).

Bahrul, Kirom, 2010. *Mengukur Kinerja Pelayanan Dan Keputusan Konsumen*, Cetakan kedua, Penerbit Pustaka Reka Cipta.

Barata, A.A, 2003. *Dasar - dasar pelayanan prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Davy, Maysandi, 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) Dan Pelayanan Prima (Service Excellence) Kredit Cepat Aman (KCA) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Indarung (Skripsi Tidak Diterbitkan)*. Universitas Tamansiswa Padang : Skripsi.

Djuahana, Muhamad. 1993. *Hukum Perbankan di Indonesia*. Bandung : Citra Aditya Bakti.

Kasmir. 2017. *Customer Services Excellent: Teori dan praktik*. Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA.

Lukman, Sampara, 2000. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA LAN Press.

Nazir Moh. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Supardi, DKK, STIA, 2019, *Buku Panduan Skripsi, Palembang : STIA SATYA*

NEGARA

Santi, Budi Utami, 2013. *Pengaruh Kuaitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Taspen (Persero) Cabang Yogyakarta (Skripsi Tidak Diterbitkan)*. Universitas Yogyakarta : Skripsi.

Susilawati, Pupu. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Unit Usaha Syariah BankJambi*. Jambi : Skripsi.