

“Peran Kepercayaan, Komitmen Dan Penanganan Keluhan Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)”

The Role of Trust, Commitment and Handling of Complaints in Improving Customer Satisfaction and Loyalty at PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)

Ratna Srikayati

S2-Manajemen STIE-AUB

ratnacahyofirman@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui menguji dan menganalisis secara empiris peran kepercayaan, komitmen dan penanganan keluhan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Data yang digunakan adalah data primer dengan mengambil sampel nasabah kredit PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) sebanyak 100 nasabah. Metode analisa data diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji liniertas, uji partial (uji t), uji analisa jalur. uji serempak (uji F), dan uji R *square*. Hasil penelitian secara parsial variabel kepercayaan, komitmen dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, variabel kepercayaan, komitmen penanganan keluhan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Secara simultan/secara bersama-sama variabel bebas mempengaruhi loyalitas nasabah. Nilai R² square total sebesar 95,25 yang artinya variabel loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). dijelaskan oleh kepercayaan, komitmen ,penanganan keluhan dengan kepuasan variabel interverning sebesar 95,25% dan sisanya sebesar 4,75% dijelaskan faktor lain diluar model penelitian, misalnya promosi, kualitas pelayanan dll. Analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung komitmen terhadap loyalitas nasabah merupakan jalur yang paling efektif dan dominan dibandingkan jalur yang lain.

Kata kunci : kepercayaan, komitmen, penanganan keluhan, kepuasan, loyalitas nasabah

Abstract

The purpose of this study was to examine and analyze empirically the role of trust, commitment and complaint handling in increasing customer satisfaction and loyalty at PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). The data used is primary data by taking a sample of 100 customers of PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) credit customers. The data analysis method was tested with validity test, reliability test, linearity test, partial test (t test), path analysis test. simultaneous test (F test), and R square test. The results of the research partially trust, commitment and complaint handling variables have a positive and significant effect on satisfaction, the trust variable, complaint handling commitment and satisfaction have a positive and significant impact on the loyalty of PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Simultaneously the independent variables affect customer loyalty. The total value of R² square is 95.25, which means that the customer loyalty variable is PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). explained by trust, commitment, complaint handling with interverning variable satisfaction of 95.25% and the remaining 4.75% explained by other factors outside the research model, for example promotion, service quality etc. Path analysis shows that the direct effect of commitment on customer loyalty is the most effective and dominant path compared to other paths.

Keywords: trust, commitment, complaint handling, satisfaction, customer loyalty

PENDAHULUAN

PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) merupakan lembaga keuangan yang bertujuan untuk melayani kebutuhan pelayanan jasa-jasa perbankan bagi masyarakat ekonomi lemah dan usaha kecil di Indonesia, terutama di daerah Boyolali. Dampak covid-19 cukup berpengaruh didalam proses transaksi/pelayanan pada Bank BPR Boyolali dampak peraturan dari PSBB pada Bank BPR Boyolali walaupun tidak menerapkan WFH namun membuat pengurangan jam kerja kantor, wajib memakai masker, menerapkan physical distancing, mengurangi layanan dengan tatap muka dan sebagai gantinya perbankan dapat memaksimalkan penggunaan teknologi terkini yaitu PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) sudah menerapkannya dengan menggunakan SMS banking untuk menginfokan kepada setiap nasabah atas transaksi penarikan/setor yang telah dilakukan, dengan menerapkan kebijakan-kebijakan dan strategi untuk menghadapi covid-19 tersebut tetap menjamin kualitas dalam pelayanan kepada nasabah dan mengharapkan loyalitas akan terus meningkat ditengah kondisi pandemi seperti saat ini.

Semakin ketatnya tingkat persaingan didunia perbankan serta munculnya banyak industri baru mengharuskan perusahaan dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi pada kepuasan nasabah sehingga dapat menjadikan sikap loyalitas suatu nasabah. Dalam upayanya tersebut, bank harus memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabahnya. Loyalitas nasabah merupakan salah satu kunci keberhasilan bank, karena hasil dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Semakin lama loyalitas nasabah, maka semakin besar laba yang dihasilkan bank dari seorang nasabah. Beberapa keuntungan yang akan diperoleh apabila perusahaan memiliki nasabah yang loyal, yaitu loyalitas pelanggan dapat mengurangi biaya pemasaran karena biaya untuk menarik nasabah yang baru lebih mahal. Loyalitas pelanggan juga berfungsi untuk mendorong word of mouth lebih positif, dengan asumsi bahwa nasabah yang loyal juga berarti mereka merasa puas.

Strategi pemasaran yang tepat dalam menciptakan loyalitas nasabah (*customer loyalty*) yaitu dengan melaksanakan suatu hubungan pemasaran nasabah (*relationship marketing*) yang baik. Relationship marketing adalah suatu upaya untuk menarik nasabah dalam meningkatkan hubungan dengan nasabah sehingga dengan kata lain relationship marketing adalah upaya untuk mengenal nasabah lebih baik, sehingga perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan melayani keinginan para nasabahnya. Dalam penelitian ini variabel relationship marketing mencakup kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*) dan penanganan keluhan (*conflict/complain handling*) yang nantinya akan dianalisis terhadap loyalitas nasabah (*customer loyalty*) dan kepuasan nasabah (*customer satisfaction*)

Kepuasan nasabah merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah merupakan penilaian suatu produk atau jasa yang dilakukan oleh nasabah dalam memenuhi atau ekspektasi apakah nasabah merasa puas atau tidak dalam pembelian

suatu produk atau jasa. Kepuasan nasabah juga ditentukan dari fenomena yang ada di lapangan. Apabila pelayanan yang diberikan suatu perusahaan ataupun organisasi tidak memuaskan maka nasabah akan menilai suatu produk atau jasa tersebut buruk. Namun jika sebaliknya jika pelayanan yang diberikan baik kepada pelanggan maka pelanggan juga akan memberikan penilaian yang baik kepada perusahaan atau pelanggan. Jadi persepsi kepuasan nasabah adalah persepsi dari pelanggan itu sendiri apakah sesuai dengan kebutuhannya atau tidak.

Hasil penelitian antara variabel mediasi terhadap variabel dependen yaitu kepuasan terhadap loyalitas nasabah juga terdapat perbedaan hasil penelitian antara penelitian dari Safitri (2011) dan L. Bricci (2016) yang menyatakan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan berbedaa pendapat dengan Dharma (2017) dengan hasil kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

Faktor kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan serta merupakan asset penting dalam mengembangkan hubungan dalam jangka panjang suatu organisasi (Ardiyanto, 2013). Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan oleh karena itu sistem pengelolaan wajib didasarkan pada prinsip kehati-hatian (Dewi, 2014). Bank yang dapat mempertahankan kepercayaan nasabah serta karyawan maka loyalitas antara nasabah dan karyawan dengan bank pasti akan terjaga (Silmi, 2012). Kepercayaan yang dibangun dengan sedemikian rupa juga dapat memberikan sebuah keuntungan yang besar, baik bagi perusahaan atau konsumen. Kepercayaan nasabah diartikan sebagai tingkat integritas, kejujuran dan kompetensi namun banyak pihak mempersepsikan lain tentang kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah umumnya dipandang sebagai sebuah elemen penting dalam pengembangan keinginan bertahan seorang nasabah sampai mempertahankan hubungan jangka panjang antar nasabah dengan perusahaan

Pengaruh hubungan antara kepercayaan dan kepuasan menunjukkan hasil yang tidak konsisten antara lain penelitian Santosa (2019) dan Ningtyas (2011) menyatakan hasil kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sedangkan penelitian dari Mawey (2018) berbeda hasil karena kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah, hasil penelitian Dharma (2017) dan L. Bricci (2016) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas sedangkan penelitian Safitri (2011) dan Santosa (2019) menyatakan variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah untuk mempertahankan hubungan jangka panjang yang bernilai dengan perusahaan. Alasan yang mendasari adalah tanpa ada komitmen nasabah yang tinggi maka akan sulit bagi perusahaan dalam mewujudkan loyalitas pelanggan. Kepercayaan nasabah yang tinggi menimbulkan komitmen dan selanjutnya berpengaruh terhadap loyalitas

nasabah. Dalam penelitian ini, komitmen nasabah diukur dengan ikatan emosional, perasaan memiliki, merasa hubungan penting untuk dipertahankan dan merasa takut kehilangan. Komitmen merupakan suatu sikap sebagai upaya untuk mempertahankan dan menjaga hubungan jangka panjang diantara kedua belah pihak (Saada, 2014)..

Hasil penelitian mengenai pengaruh komitmen terhadap kepuasan juga terdapat beberapa perbedaan, penelitian dari Fakhruddin (2018) menyatakan hasil komitmen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sedangkan penelitian Safitri (2011) hasilnya menyatakan komitmen berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan penelitian komitmen dengan pengaruhnya terhadap kinerja, hasil penelitian L. Bricci (2016) menunjukkan hasil bahwa komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas sedangkan penelitian Safitri (2011) menyatakan variabel komitmen berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas, penelitian dari Ningtyas (2011) komitmen berpengaruh negatif namun signifikan terhadap loyalitas

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah adalah penanganan keluhan. Penanganan keluhan nasabah adalah elemen penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah karena memberikan wawasan penting bagi perusahaan untuk memperbaiki perilaku nasabah yang mengalami kegagalan dalam melakukan pelayanan. Komplain berdampak strategis terhadap perusahaan. Keluhan adalah kesempatan mempererat hubungan dan menciptakan loyalitas. Strategi penanganan keluhan itu efisien, maka strategi ini dapat mengubah nasabah yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas. Dalam hal ini adalah untuk menjaga bank dalam posisi sehat yaitu menghindari munculnya perilaku pilihan merugikan sebelum transaksi dan bahaya moral setelah transaksi. Terjadinya keluhan atau komplain dari nasabah dikarenakan ada kesalahan yang berasal dari bank maupun dari faktor eksternal bank tentunya Bank tidak bisa semata-mata untuk menyalahkan nasabah seluruhnya dan komplain (keluhan) dapat muncul karena berkaitan dengan berbagai keadaan keadilan, seperti keadilan *procedural*, *interaksional* dan distribusi maka selaku pihak bank tentunya dalam menghadapi komplain dari nasabah yaitu selalu mempunyai etos kerja yang baik kepada nasabah

Hasil penelitian mengenai pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan terdapat beberapa penelitian yang tidak relevan penelitian dari A. Salim (2018) menyatakan hasil penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sedangkan penelitian Mustagfiroh (2016) hasilnya menyatakan penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kepuasan. Sedangkan pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas, dalam penelitian Safitri (2011), menunjukkan hasil penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sedikit berbeda dari penelitian sebelumnya penelitian dari Ningtyas (2011) menyatakan hasil penanganan keluhan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas, sedangkan penelitian A. Salim (2018) menyatakan

bahwa variabel penanganan keluhan tidak berpengaruh loyalitas.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada Bank BPR Boyolali, banyak ditemukan nasabah yang mengeluh karena banyaknya antrian nasabah dan kurangnya rasa perhatian dari pihak karyawan, selain itu juga masih rendahnya kemampuan karyawan Bank BPR Boyolali dalam menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan nasabah. Hal ini memungkinkan adanya penurunan komitmen dari nasabah untuk bertahan pada perusahaan tersebut, yaitu PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)sendiri sehingga berdampak pada penurunan loyalitas nasabah. Selain dari masalah diatas juga ada masalah tentang faktor kepercayaan. Perusahaan harus mampu menjaga kepercayaan dari masyarakat bahwa dana yang disalurkan dan disimpan terjamin aman, terpercaya. Pada besarnya kepercayaan dengan nasabah akan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan loyalitas nasabah. Dan pada besarnya kepercayaan yang memiliki tujuan untuk menciptakan loyalitas nasabah menjadi kelebihan untuk pihak PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)dalam kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk antara pihak perusahaan dengan calon nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris dan menganalisis:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)?
2. Apakah komitmen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)?
3. Apakah penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)?
5. Apakah komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)?
6. Apakah penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)?
7. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)?

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan dengan pendekatan *explanatory research*, yaitu memberikan penjelasan mengenai hubungan kausal atau sebab-akibat antara variabel bebas yang terdiri atas: kepercayaan, komitmen dan penanganan keluhan dengan variabel kepuasan (variabel intervening) serta variabel loyalitas nasabah (terikat) pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan kuesioner.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *insidental sampling*. Peneliti mengambil sampel nasabah atau responden yang kebetulan/insidental ditemuinya ketika proses penelitian yaitu nasabah kredit pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) sebanyak 100 nasabah. Analisis data menggunakan analisis jalur (*Path Analisis*), uji t, F dan R² total, pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Model persamaan menggunakan metode analisis regresi jalur sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_1 \dots\dots\dots(1)$$

$$Y_2 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon_2 \dots\dots (2)$$

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas diketahui bahwa hasil menunjukkan bahwa didapatkan hasil semua item pernyataan untuk kepercayaan, komitmen dan penanganan keluhan terhadap kepuasan (intervening) dan loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) dinyatakan valid karena mempunyai nilai $r_{item} >$ nilai $r_{tabel} = 0,194$ sehingga layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas diketahui bahwa a semua variabel mempunyai *Cronbach Alpha* yang cukup besar yaitu di atas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya itemitem pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan untuk pengumpulan data.

Hasil Uji Linieritas

Nilai R² sebesar 0,001 dengan jumlah sampel 100 besarnya nilai c² hitung = 100 x 0,001 = 0,01 sedangkan nilai c² tabel sebesar 119,870. Nilai c² hitung < c² tabel jadi dapat disimpulkan bahwa model yang benar adalah model linier

Hasil Analisis Jalur (*Path Analisis*)

Tabel 1
Hasil Analisis Jalur (*Path Analisis*) Persamaan I

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,181	1,446		1,508	,135
	Kepercayaan	,297	,065	,349	4,576	,000
	Komitmen	,245	,000	,265	2,779	,007
	Penanganan Keluhan	,464	,123	,330	3,775	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: data yang diolah 2021

Persamaan Regresi yang diperoleh :

$$Y_1 = 0,349 X_1 + 0,265 X_2 + 0,330 X_3 \varepsilon_1$$

$$\text{Sig } (0,000)** (0,007)** (0,000)**$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi persamaan I diatas dapat disampaikan hasil yang diuraikan sebagai berikut :

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (H₁ terbukti)
2. Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (H₂ terbukti)
3. Penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (H₃ terbukti)

Tabel 2
Hasil Analisis Jalur (*Path Analisis*) Persamaan II

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,004	,324		,004	,997
	Kepercayaan	,230	,045	,278	5,082	,000
	Komitmen	,315	,058	,351	5,435	,000
	Penanganan Keluhan	,175	,083	,128	2,101	,038
	Kepuasan	,295	,064	,304	4,575	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: data yang diolah 2021

$$Y_2 = 0,278X_1 + 0,351 X_2 + 0,128 X_3 + 0,304 X_4 \varepsilon_1$$

$$\text{Sig } (0,000)** (0,000)** (0,038)** (0,000)**$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi persamaan II diatas dapat disampaikan hasil yang diuraikan sebagai berikut :

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (H₄ terbukti)
2. Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (H₅ terbukti)
3. Penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (H₆ terbukti)
4. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (H₇ terbukti)

Hasil Uji F

Hasil uji serempak (Uji F) persamaan kedua diketahui besarnya nilai F_{hitung} sebesar 16,635 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 , sehingga dapat disimpulkan secara simultan atau bersama-sama variabel kepercayaan, komitmen ,penanganan keluhan dan kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)

Hasil Uji Koefisien Determinasi Total (Nilai R² total)

Nilai R² square total sebesar 67,62% yang artinya variabel kinerja karyawan PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). dijelaskan oleh disiplin kerja, komunikasi, kompetensi dengan motivasi variabel intervening sebesar 67,62% dan sisanya sebesar 32,38% dijelaskan faktor lain diluar model penelitian.

Hasil Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 3
Hasil Analisis Koefisien Korelasi

		Kepercayaan	Komitmen	Penanganan Keluhan	Kepuasan	Loyalitas Nasabah
Kepercayaan	Pearson Correlation	1	,820**	,519**	,684**	,771**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Komitmen	Pearson Correlation	,820**	1	,730**	,722**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Penanganan Keluhan	Pearson Correlation	,519**	,730**	1	,704**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan	Pearson Correlation	,684**	,722**	,704**	1	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	,771**	,838**	,743**	,838**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data yang diolah 2021

Hasil korelasi antar variabel penelitian sebagai berikut:

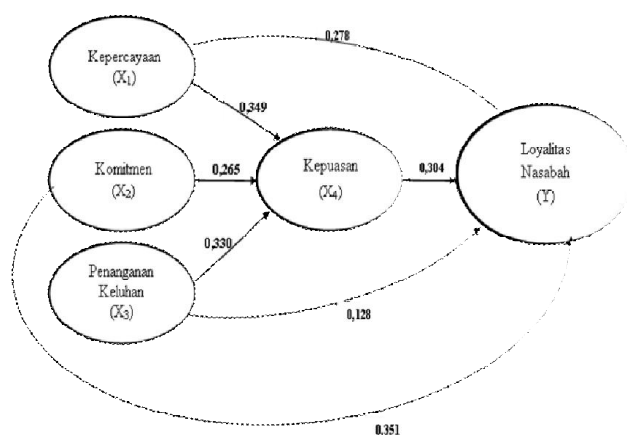
- Korelasi antara kepercayaan dengan kepuasan adalah 0,684, sehingga hubungan antara kedua variabel kuat dan signifikan dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$
- Korelasi antara komitmen dengan kepuasan adalah 0,722, sehingga hubungan antara kedua variabel kuat dan signifikan dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$
- Korelasi antara penanganan keluhan dengan kepuasan adalah 0,704, sehingga hubungan antara kedua variabel kuat dan signifikan dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$
- Korelasi antara kepercayaan dengan loyalitas nasabah adalah 0,743, sehingga hubungan antara kedua variabel kuat dan signifikan dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$
- Korelasi antara komitmen dengan loyalitas nasabah adalah 0,836, sehingga hubungan antara kedua variabel sangat kuat dan signifikan dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$
- Korelasi antara penanganan keluhan dengan loyalitas nasabah adalah 0,704, sehingga hubungan antara kedua variabel kuat dan signifikan dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$
- Korelasi antara kepuasan dengan loyalitas nasabah adalah 0,838, sehingga hubungan antara kedua variabel sangat kuat dan signifikan dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$

ANALISA JALUR

Tabel 4
Hasil Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung Dan Pengaruh Total

No	Antar Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
	Kepercayaan → Loyalitas Nasabah	0,278		
	Komitmen → Loyalitas Nasabah	0,351		
1	Penanganan Keluhan → Loyalitas Nasabah	0,128		
2	Kepuasan → Loyalitas Nasabah	0,304		
1	Kepercayaan → Kepuasan → Loyalitas Nasabah		$0,349 \times 0,304 = 0,106$	$0,278 + 0,106 = 0,384$
2	Komitmen → Kepuasan → Loyalitas Nasabah		$0,265 \times 0,304 = 0,080$	$0,351 + 0,080 = 0,431$
3	Penanganan Keluhan → Kepuasan → Loyalitas Nasabah		$0,330 \times 0,304 = 0,100$	$0,128 + 0,100 = 0,228$

Berdasarkan hasil analisis jalur yang sudah dijelaskan bahwa pengaruh langsung disiplin kerja terhadap kinerja karyawan merupakan jalur yang paling efektif dan dominan dibandingkan jalur yang lain, karena memiliki nilai koefisien sebesar = **0,365** dengan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Hubungan hasil akhir antar variabel dapat digambarkan dalam kerangka konseptual akhir sebagai berikut:



Gambar 1.
Hasil Analisis Jalur

PEMBAHASAN

Implikasi dari hasil pengujian-pengujian tersebut direkomendasikan untuk manajemen dalam upaya perbaikan loyalitas nasabah di masa yang akan datang meliputi :

1. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan

Pengaruh langsung kepercayaan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) berpengaruh positif dan signifikan, artinya apabila kepercayaan ditingkatkan maka loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) juga akan meningkat. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Dharma (2017) dan L. Bricci (2016) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Safitri (2011) dan Santosa (2019) menyatakan variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil analisis nilai indikator tertinggi variabel disiplin kerja terletak pada item 2, 3, dan 4. Hal ini menunjukkan bahwa butir atau item tersebut paling berperan membentuk kepercayaan nasabah, dengan demikian upaya-upaya peningkatan loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) menjamin produk yang disediakan oleh bank dapat dipercaya oleh nasabah baik dari produk tabungan maupun produk lainnya yang berupa kredit
- b. Memberikan pelatihan dan meningkatkan pengetahuan karyawan agar dapat menyelesaikan dan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi nasabah
- c. Karyawan harus memberikan jaminan perlindungan dan menjamin keselamatan nasabah selama melakukan transaksi.

2. Pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan

Pengaruh langsung komitmen terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) berpengaruh positif dan signifikan, artinya apabila komitmen ditingkatkan maka loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) juga akan meningkat. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan L. Bricci (2016) menunjukkan hasil bahwa komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Safitri (2011) menyatakan variabel komitmen berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil analisis nilai indikator tertinggi variabel komitmen terletak pada item 2, 4, dan 1. Hal ini menunjukkan bahwa butir atau item tersebut paling berperan membentuk komitmen nasabah, dengan demikian upaya-upaya peningkatan

loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Diharapkan karyawan tepat waktu dan cepat dalam melayani nasabah sesuai dengan jangka waktu yang dijanjikan, sehingga ketika nasabah membutuhkan bantuan bisa ditangani secepat mungkin, tanpa harus membuang waktu
- b. Pihak PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) memberikan larangan tegas kepada karyawan agar tidak memanfaatkan nasabah, dengan meminta imbalan atau janji tertentu kepada nasabah baik dalam transaksi maupun saat diluar kegiatan transaksi
- c. Dalam menjaga komitmen nasabah diharapkan karyawan selalu menjaga hubungan dan komunikasi yang baik terhadap nasabah dengan menjaga sikap saat berinteraksi dengan nasabah

3. Pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan

Pengaruh langsung penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) berpengaruh positif dan signifikan, artinya apabila penanganan keluhan ditingkatkan maka loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) juga akan meningkat. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Safitri (2011) menunjukkan hasil bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ningtyas (2011) dan A. Salim (2018) menyatakan hasil penanganan keluhan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas

Berdasarkan hasil analisis nilai indikator tertinggi variabel penanganan keluhan terletak pada item 2, 4, dan 1. Hal ini menunjukkan bahwa butir atau item tersebut paling berperan membentuk penanganan keluhan, dengan demikian upaya-upaya peningkatan loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Pihak PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) diharapkan memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain nasabah dengan cara memberikan blanko keluhan nasabah, layanan suara konsumen bebas pulsa atau *customer service*.
- b. Diharapkan Pihak PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) dapat mengelola segala keluhan nasabah dan memberikan solusi terbaiknya agar selalu memberikan kepuasan dimata nasabah
- c. Dalam menangani suatu komplain nasabah karyawan diharapkan cepat dan sigap, tanpa memberikan asumsi yang buruk/ menyinggung nasabah

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian secara parsial variabel kepercayaan, komitmen dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, variabel kepercayaan, komitmen, penanganan keluhan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
2. Hasil Uji F
Hasil uji serempak (Uji F) besarnya nilai F_{hitung} sebesar 16,635 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara simultan atau bersama-sama variabel kepercayaan, komitmen ,penanganan keluhan dan kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
3. Hasil Uji Determinasi (R^2)
Nilai R^2 square total sebesar 95,25 yang artinya variabel loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). dijelaskan oleh kepercayaan, komitmen ,penanganan keluhan dengan kepuasan variabel interverning sebesar 95,25% dan sisanya sebesar 4,75% dijelaskan faktor lain diluar model penelitian.
4. Hasil pengaruh tidak langsung
Pengaruh langsung variabel kepercayaan, komitmen dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah lebih besar daripada pengaruh tidak langsungnya, maka dari itu variabel kepuasan tidak efektif menjadi variabel interverning

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Pengambilan sampel dalam penelitian ini hanya pada karyawan PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Hal ini menjadikan kurangnya karakteristik responden yang diambil sebagai sampel sehingga sulit untuk digeneralisasikan pada obyek penelitian lainnya
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kepercayaan, komitmen dan penanganan keluhan, kepuasan dan loyalitas nasabah. Adanya kemungkinan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel kinerja karyawan yang belum bisa dijabarkan dalam penelitian ini misalnya promosi, kualitas pelayanan dll
3. Dalam pengumpulan data, peneliti ini menggunakan kuisioner sehingga data yang dikumpulkan hanya menggambarkan pendapat responden mengenai PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Peneliti juga tidak bisa mengontrol jawaban responden yang tidak dapat menunjukkan keadaan yang sesungguhnya
4. Isi dan bentuk kuisioner yang masih jauh dari sempurna dikarenakan kemampuan dari penulis, hasil penelitian yang diperoleh masih harus ditindak lanjuti untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas,dalam rangka peningkatan kinerja pegawai, penulis mengajukan beberapa saran dalam memilih variabel yang menjadi skala prioritas guna meningkatkan loyalitas nasabah dengan urutan sebagai berikut :

1. Komitmen merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah dengan nilai 0,351. Upaya peningkatan komitmen ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut :
 - a. Diharapkan karyawan tepat waktu dan cepat dalam melayani nasabah sesuai dengan jangka waktu yang dijanjikan, sehingga ketika nasabah membutuhkan bantuan bisa ditangani secepat mungkin, tanpa harus membuang waktu
 - b. Pihak PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) memberikan larangan tegas kepada karyawan agar tidak memanfaatkan nasabah, dengan meminta imbalan atau janji tertentu kepada nasabah baik dalam transaksi maupun saat diluar kegiatan transaksi
 - c. Dalam menjaga komitmen nasabah diharapkan karyawan selalu menjaga hubungan dan komunikasi yang baik terhadap nasabah dengan menjaga sikap saat berinteraksi dengan nasabah
2. Penelitian yang akan datang disarankan dapat menambah jumlah sampel dan variabel penelitian yang lebih variatif
3. Dalam penelitian ini untuk menguji interverning peneliti menggunakan alat analisis SPSS dengan analisis jalur (Analisis Path) sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan alat analisis yang lain yaitu analisis SEM (Structural Equation Modeling)

DAFTAR PUSTAKA

- A. Salim, M. Setiawan, R. Rofiaty, F. R. (2018). *Focusing on Complaints Handling for Customer Satisfaction and Loyalty: The Case of Indonesian Public Banking. European Research Studies Journal* .Volume XXI, Issue 3, 2018 pp. 404-416
- Ardiyanto, R. B, 2013. "Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabahyang di Mediasi oleh kepercayaan Nasabah pada Bank BRI Syariah di Kota Surakarta" Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Boulter, N., M. Dalziel, N Jackie. 2011. *People and Competencies*. The Route to Competitive Advantage. New York, John Wiley & Sons, Inc.
- Dewi Nur Permatasari. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Blackberry (Studi Pada Mahasiswa Di Beberapa Universitas Di Jakarta). Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya, Iv, 1.
- Fakhrudin, Farina Musdalifa, Haris Maupa, and Muhammad Ismail. 2018. —Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komitmen, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Dan

- Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Area Makassar Raya. | Hasanuddin *Journal of Applied Business and Entrepreneurship*. Vol. 1 No. 4 Oktober 2018
- Fian, J. A., & Yuniati, T. 2016. Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan AUTO 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*
- L. Bricci, A. Fragata, and J. Antunes. 2016. The Effects of Trust, Commitment and Satisfaction on Customer Loyalty, *Journal of Economics*,
- Mawey Claudia Thalia, Ogi W.J Imelda, Tumbel L Altje, 2018, Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo, Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA* Vol.6 No.3 Juli 2018, Hal. 1198 – 1207
- Mustaghfiroh, Fitry. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan keluhan, Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Word Of Mouth (Studi Kasus PT Bank Pembangunan daerah Jawa Tengah KCP Unissula. Skripsi. Unissula
- Ningtyas, Fitri dan Basuki Rachmad, 2011, Pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan masalah dan kepuasan nasabah terhadap Nasabah bank Muamalat di Surabaya, *Journal of Business and Banking*, Volume 1, No. 1, May 2011, pages 51 – 60
- Nofal Supriadin, 2017 “Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Selawesi Tenggara.” Yogyakarta: Gawe buku
- Permata, Rizki Citra. 2017. Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK. Kantor Cabang Syariah Palembang. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. UIN Raden Fatah Palembang: Palembang
- Rahman, E. J. 2012. "Membangun Kemitraan Antara Bank Syariah dan Nasabah Dengan Pendekatan Customer Relationship Management". Lembaga Penelitian IAIN Walisongo Semarang, 5,
- Robby, Dharma, 2017. “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan terhadap loyalitas Pelanggan pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang” *Jurnal Ekobistek Fakultas Ekonomi* , Vol. 6, No. 2, Oktober 2017
- Saada, N. B. 2014. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen, dan Promosi terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus pada Anggota di BMT Batik Mataram)”. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Safitri, Yunita Arum, 2011, Kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan konflik dan perannya terhadap kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank BCA di Surabaya, *Journal Of Business And Banking* Volume 1, No. 2, November 2011, Pages 117 – 130
- Santosa, Jarot, Denny Mahendra dan Aris Tri Haryanto, 2019. Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Pd BPR Bank Daerah Klaten. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan* Vol 6, No 2, Hal 124-134
- Saputro, Danang Adi, M. Hufro dan Afi Rahmat Slamet. (2017). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Toko Ogan Malang. (E-Jurnal Riset Manajemen.
- Siagian, Hotlan., Cahyono, Hotlan., 2014, Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol 8 No 2
- Silmi, S. 2012. Persepsi Nasabah Tentang Relationship Marketing Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas (studi pada nasabah tabungan utama PT. Bank Mega Syariah Cabang malang). *Jurnal Manajemen pemasaran*