

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA DAN PT BANK PAPUA KABUPATEN ASMAT

Junet Jean Toisuta¹⁾ Ahmad Tomu²⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Jambatan Bulan, Timika

Email: stie@stiejb.ac.id

ABSTRACT

This study aims to find out the factors that affect customer loyalty, namely PT Bank Rakyat Indonesia and PT Bank Papua in Asmat Regency. The data collected in this study is qualitative data in the form of opinions/statements from PT Bank Rakyat Indonesia and PT Bank Papua in the form of questionnaires. The data analysis in this study used multiple linear regression. From the results of the analysis that has been carried out, it is found that the quality of service, trust and product quality are factors that affect customer loyalty, there are PT Bank Rakyat Indonesia and PT Bank Papua Asmat Regency. Thus, the most influential and significant factor is product trust and quality.

Keywords: Quality, Service, Trust, Product and Loyalty.

PENDAHULUAN

Bank adalah sebuah lembaga yang bergerak dalam jasa keuangan. Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan kemudian menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit serta menawarkan jasa-jasa bank lainnya dengan tujuan untuk kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa bank menjalankan aktivitasnya dengan cara menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan

dana dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Kata bank di zaman modern seperti saat ini bukanlah sesuatu yang asing untuk didengar, yang mana kata tersebut akan selalu dikaitkan dengan uang. Hal ini tentunya sesuai dengan fungsi bank yang dalam kegiatannya menyediakan berbagai jasa keuangan. Bank memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian negara. Kebutuhan akan jasa perbankan mencakup semua usaha, baik sektor perkebunan, perikanan, perdagangan, jasa, dan perumahan sebagai mitra dalam melakukan

transaksi keuangan.

Di sisi lain, masyarakat percaya bahwa dana yang disimpan di bank keamanannya lebih terjamin dibandingkan di lembaga lainnya. Pentingnya peran bank dalam memberikan jasa pelayanan, maka kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan pihak bank dalam menciptakan kepuasan bagi nasabahnya sehingga terwujudnya loyalitas nasabah. Untuk itu perusahaan harus memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan pada perusahaan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Loyalitas adalah kepatuhan atau kesetiaan (Maisa & Arry, 2020:6564), sedangkan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa dari suatu bank. Jadi loyalitas nasabah merupakan kesetiaan dalam memakai jasa atau layanan dari sebuah bank tersebut. Loyalitas juga merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dapat digunakan oleh seorang konsumen terhadap perusahaan. Loyalitas nasabah terhadap pelayanan suatu bank dapat berupa lokasi yang strategis, kualitas pelayanan yang baik, serta komitmen dan menjaga kepercayaan nasabah. Loyalitas nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi semua bank termasuk bank yang berada di Kabupaten Asmat.

Kabupaten Asmat merupakan salah satu kabupaten dalam lingkup Provinsi Papua Selatan. Kabupaten ini berlokasi di sekitar pesisir sungai dan dikelilingi oleh hutan bakau yang lebat. Kabupaten Asmat hanya terdapat dua jenis bank yang beroperasi yaitu PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat dan PT Bank Papua Cabang Asmat. Hal ini yang menjadi salah satu pertimbangan peneliti untuk meneliti terkait faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pada kedua bank tersebut dikarenakan dua bank ini menjadi pusat lembaga keuangan di Kabupaten Asmat. Berdasarkan hasil observasi pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat 2021, data jumlah nasabah simpanan sebanyak 51.837 orang dan nasabah kredit sebanyak 1.633 orang sedangkan jumlah nasabah PT Bank Papua Tahun 2021 sebanyak 35.983 dan jumlah nasabah kredit sebanyak 2.965 orang.

Dari fenomena tersebut terlihat bahwa adanya perbedaan jumlah nasabah antara PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat dan PT Bank Papua Cabang Asmat. Perbedaan tersebut tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk didalamnya faktor kualitas pelayanan, faktor kepercayaan dan kualitas Produk. Menurut Wyckof dalam Tjiptonon kualitas layanan adalah tingkat kesempurnaan yang diinginkan atas pengendalian dan kesempatan untuk memenuhi

keinginan konsumen (Zakaria, 2015:4). Pelayanan yang berkualitas dari suatu bank akan menunjuk kepada kinerja bank tersebut sehingga dapat membuat nasabah merasa puas dengan tingkatan layanan yang diberikan dari bank tersebut, ini menjadi sebuah kesempatan untuk pihak bank dapat meningkatkan kualitas layanannya. Hal ini baik karena dapat menjadikan nasabah betah untuk melakukan transaksi dalam jangka waktu yang lebih lama pada bank tersebut sehingga memunculkan rasa kepercayaan nasabah terhadap pihak bank.

Kedekatan hubungan dengan nasabah dalam jangka panjang akan mendorong keterlibatan pihak-pihak dalam hubungan tersebut dan menemukan cara terbaik untuk berinteraksi sehingga kerugian hubungan (*relationship cost*) dapat dikurangi. Kepuasan hubungan yang tercipta dari kedua pihak dapat menghindari biaya transaksi yang muncul sebagai akibat dari peralihan konsumen ke penyedia jasa baru. Bank harus bersaing di era globalisasi guna menarik minat dari nasabah maupun calon nasabah untuk dapat menggunakan layanan jasa yang disediakan. Bank dituntut untuk profesional dan mampu membaca peluang, lebih inovatif dalam menciptakan ide-ide, dan mampu merespon keperluan serta kebutuhan nasabah agar hubungan antara nasabah dengan pihak bank berjalan dengan baik. Selain itu, bank juga

harus memberikan produk/jasa yang diperlukan oleh nasabah dalam mendukung atau melengkapi kegiatan perbankan, sesuai fungsi bank yaitu mendukung kegiatan penghimpunan dana penyaluran dana dan juga dalam menawarkan jasa-jasa bank lainnya kepada nasabah.

Disamping faktor kualitas pelayanan, dan faktor kepercayaan. Faktor kualitas produk juga merupakan aspek yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Kotler dan Amstrong (Anggraeni et al., 2016:175) menyatakan semakin tinggi kualitas produk maka akan berdampak pada semakin meningkatnya kepuasan nasabah. Kualitas produk merupakan hasil evaluasi menyeluruh atas kinerja produk. Kualitas produk bank dapat dicerminkan oleh kesesuaian produk dan kemudahan produk yang digunakan sesuai dengan kebutuhan nasabah dalam tingkat kecukupan produk, dan kemudahan layanan yang membantu nasabah seperti *Mobile Banking*, *SMS Banking*, *Computer Banking*, *Direct Paymen* dan lain-lain. Apabila penilaian kualitas produk memiliki cerminan baik dimata nasabah, maka komitmen nasabah maupun calon nasabah untuk bertransaksi pada bank tersebut semakin tinggi. Sejumlah riset mengkonfirmasi hal ini dengan pembuktian dari hasil penelitian Anggraeni et al (2016:175).

menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Bank

Iskandar (2017:39-40) definisi bank yang dikutip berikut ini pada dasarnya tidak berbeda satu dengan yang lainnya. Kalaupun ada, perbedaan tersebut hanya tampak pada tugas atau usaha bank meliputi:

- a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan Menghimpun dana dalam bentuk simpanan yaitu kegiatan mengumpulkan uang dari masyarakat maupun dari badan usaha dalam bentuk rekening tabungan, rekening giro, deposito berjangka dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- b. Menyalurkan dana dalam bentuk kredit atau pinjaman Menyalurkan dana dalam bentuk kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.
- c. Bentuk-bentuk usaha lainnya Bentuk usaha lainnya dari bank yaitu jasa bank lainnya seperti penerbitan Bank Garansi, Pengiriman uang (transfer), Kliring, jual beli

valuta asing, Pembayaran gaji, uang kuliah dan lain- lain.

G.M. Verry Stuart (Mulyawan, 2015:55) mengatakan bank adalah badan yang bertujuan memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat pembayaran sendiri atau dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan mengedarkan alat-alat penukaran uang baru berupa uang giral."

Hubungan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas

- a. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Sigit & Euis (2017:16), loyalitas nasabah menggambarkan komitmen yang diberikan nasabah untuk menggunakan kembali atas jasa yang diberikan di masa yang akan datang. Hasil penelitian Akbar dan Parves (Sigit & Euis, 2017:16) menunjukan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Agung dan Soliha (Sigit & Soliha, 2017:16), juga menunjukan hal yang sama pada pengguna layanan *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan Aryani dan Rosinta (Sigit & Euis, 2017:16), terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas. Peningkatan kualitas layanan nasabah memberikan kontribusi untuk loyalitas. Oleh karena itu, kualitas layanan yang dirasakan oleh nasabah akan

mempengaruhi loyalitas nasabah. Dalam hal ini, pihak bank harus terus meninjau lagi pembaharuan yang dilakukan terhadap kualitas pelayanan yang disediakan karena akan berpengaruh pada profitabilitas. Karena dengan layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas nasabah yang akan berpengaruh pada niat kunjungan kembali nasabah pada bank tersebut

b. Hubungan Kepercayaan Terhadap Loyalitas

Mowen dan Minor (Bahrudin & Siti, 2018), kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Mengingat kepercayaan merupakan pengetahuan kongnitif kita tentang sebuah objek, maka sikap merupakan tanggapan perasaan atau afektif yang kita miliki tentang objek. Pertama-tama konsumen membentuk kepercayaan tentang sebuah produk kemudian mengembangkan sikap terhadap produk tersebut dan akhirnya membelinya atau pertama-tama melakukan perilaku pembelian produk dan kemudian membentuk kepercayaan serta sikap terhadap produk tersebut. Dengan fungsi pengetahuan, sikap seseorang membentuk kerangka kerja referensi dimana mereka menginterpretasikan dunianya. Oleh karenanya,

sikap konsumen sangat mempengaruhi bagaimana mereka secara selektif mengespos dirinya dan mengamati komunikasi pemasaran. Fungsi pengetahuan juga membantu menjelaskan beberapa pengaruh kesetiaan merek. Dengan mempertahankan sikap positif terhadap produk, konsumen dapat menyederhanakan hidup mereka. Kesetiaan merek dapat mengurangi waktu pencarian yang diperlukan untuk memperoleh sebuah produk dalam memenuhi kebutuhannya.

c. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas

Indrawati (2018:2), kualitas produk berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Apabila konsumen merasa puas dengan sesuatu kualitas produk yang dibelinya, maka konsumen tersebut akan loyal terhadap produk yang dibelinya. Berdasarkan penelitian terdahulu yang berjudul "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Keuasan Sebagai Variable *Intervening* Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya". Irawan dan Japariato (Indrawati, 2018:2) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Artinya kualitas produk

mempengaruhi puas atau tidak puasnya pelanggan yang akan berdampak kepada loyalitas pelanggan.

RANCANGAN PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif. (Siregar, 2013:15), metode asosiatif adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian menggunakan metode asosiatif sebab peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat dan PTBank Papua Cabang Asmat.

Daerah dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Asmat, Provinsi Papua Selatan. Adapun yang menjadi obyek penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat dan PT Bank Papua Cabang Asmat. Sampel

Pada penelitian ini peneliti menggunakan sampel dari populasi responden yaitu nasabah Bank Rakyat Indonesia (50) dan nasabah Bank Papua (50) di Kabupaten Asmat

Instrumen pengumpulan data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen pengumpulan data yaitu. Daftar

pertanyaan/ Pernyataan yang dibagikan kepada responden. Responden diminta memilih salah satu dari sejumlah alternatif jawaban atas pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan dan kualitas produk Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat dan Bank Papua Cabang Asmat. Tanggapan responden diukur dengan menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* yang digunakan berkisaran antara 1 sampai 5. Dengan adanya dimensi pelayanan yang tercermin dalam daftar pertanyaan, memungkinkan nasabah mengekspresikan penilaian dan kepuasan terhadap berbagai dimensi pelayanan tersebut.

Instrumen analisis data

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang telah dikemukakan, maka instrumen analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua di Kabupaten Asmat. Analisis ini untuk mengetahui antara variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y), apakah masing-masing variabel independent berhubungan signifikan. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

a = Konstanta (nilai Y' apabila X1, X2..... Xa = 0)

X1= Kualitas pelayanan

X2= kepercayaan

X3= Kualitas produk

b1, b2, b3 =Koefisien nilai regresi

Xe = Faktor error

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah

Pengujian ini dilakukan agar dapat mengetahui pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent dengan analisis

regresi liner berganda. Berikut hasil kofisien regresi pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah.

a. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia

Tabel 1
Coefficients Regresi
PT Bank Rakyat Indonesia

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	9,258	2,380
	kualitas pelayanan	,295	,233
	Kepercayaan	,650	,177
	kualitas produk	,483	,196
a. Dependent Variable: loyalitas			

Sumber: Output SPSS (data diolah ,2023).

Dari table dapat disusun persamaan regresi berganda berikut $Y = 9,258 + 0,295X_1 + 0,650X_2 + 0,483$

X3. Persamaan regresi linear berganda ini mengandung makna:

- a) Nilai konstanta sebesar 9,258 yang berarti apabila nilai variabel independen berupa kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan kualitas produk (X3) adalah konstan maka loyalitas (Y) sebesar 9,258.
- b) Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT Bank Rakyat Indonesia. Hal ini tertera pada nilai koefisien X1 sebesar 0,295 yang berarti setiap kenaikan 1 poin kualitas pelayanan akan meningkat loyalitas nasabah sebesar 0,295.
- c) Variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT Bank Rakyat Indonesia. Hal ini terlihat pada nilai koefisien X2 sebesar 0,650 artinya setiap kenaikan 1 poin kepercayaan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,650.
- d) Variabel kualitas produk (X3) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT Bank Rakyat Indonesia. Hal ini terlihat pada nilai koefisien X3 sebesar 0,483 artinya apabila kualitas produk naik 1 poin maka loyalitas nasabah turut naik sebesar 0,483 point.
- b. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Papua

Tabel 2
Coefficients Regresi PT Bank Papua

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	6,628	2,245
	Total_Kualitas_pelayanan	,422	,230
	Total_Kepercayaan	,452	,218
	Total_Kualitas_Produk	,501	,194
a. Dependent Variable: Total_Loyalitas_nasabah			

Sumber: Output SPSS (data diolah ,2023).

Dari table, disusun persamaan regresi berganda berikut $Y = 6,628 + 0,422X_1 + 0,452X_2 + 0,501X_3$. Persamaan regresi linear berganda ini mengandung

makna :

Nilai konstanta sebesar 6,628 artinya apabila nilai variabel independen berupa kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan kualitas produk (X3) adalah konstan maka loyalitas (Y) sebesar 6,628.

- a) Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT Bank Papua. Hal ini tergambarkan dari nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,422 yang berarti apabila kualitas pelayanan naik 1 point maka loyalitas nasabah ikut naik sebesar 0,422.
- b) Variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT Bank Papua. Hal ini terlihat pada nilai koefisien kepercayaan sebesar 0,425 artinya setiap kenaikan 1 point pada kualitas pelayanan maka loyalitas nasabah ikut naik sebesar 0,452.
- c) Variabel kualitas produk (X3) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT Bank Papua. Hal ini terlihat pada nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,501 artinya ketika kualitas produk naik 1 poin maka loyalitas nasabah ikut naik sebesar 0,501.

Pembahasan Hasil Analisis PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua

Hasil analisis dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hipotesis penelitian yang terbukti memiliki pengaruh signifikan namun ada juga hipotesis yang tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat dan PT Bank Papua Cabang Asmat Berikut penjelasan secara detail.

a. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat dan PT Bank Papua Cabang Asmat. Pengaruh yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah pada kedua bank tersebut.

Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas nasabah yang akan berpengaruh pada niat kunjungan kembali nasabah pada bank tersebut.

Kualitas pelayanan yang tidak signifikan ini dapat disebabkan oleh beberapa hal sesuai hasil penelitian yakni nasabah belum cukup puas terhadap kesiapan karyawan dalam melayani kebutuhan nasabah dengan baik, misalnya tidak ada kesiapan karyawan di bagian *front office* terutama pada saat telah berakhirnya jam istirahat siang di mana nasabah sudah ada ditempat namun belum juga dilayani. Kemudian, terkait dengan pelayanan karyawan pada kedua bank yang dirasakan nasabah yakni belum sepenuhnya memahami kebutuhan nasabah sebagaimana yang dikeluhkan atau diinginkan.

Hal lainnya yang berkaitan dengan pelayanan yaitu keramahan dan kesopanan dalam pelayanan yang masih belum mendapat respon yang baik oleh nasabah. Pada sisi lain, nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat dan PT Bank Papua Cabang Asmat beranggapan bahwa sarana dan prasarana yang disediakan oleh kedua bank sangat mudah dan nyaman untuk digunakan seperti tersediannya fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) untuk penyetoran dan penarikan uang nasabah.

b. **Pengaruh Kepercayaan Variabel Terhadap Loyalitas**

Hasil analisis dan pengujian hipotesis diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah pada kedua bank tersebut. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya menurut Handayani. (Yuniasih et al., 2017) menyatakan bahwa kepercayaan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh yang signifikan dari kepercayaan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Cabang Asmat ini disebabkan oleh adanya kepercayaan dari nasabah kepada kedua bank yang berkaitan dengan keamanan transaksi nasabah yang sangat terlindungi. Kemudian, pelayanan yang diberikan terutama di bagian *front office* PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat dan PT Bank Papua

Cabang Asmat selalu memberikan informasi kepada nasabah sesuai yang dibutuhkan oleh nasabah.

Pada sisi, keuntungan dalam bertransaksi dengan pihak bank sesuai dalam jangka panjang saling menguntungkan juga turut berpengaruh namun ini menjadi indikator penilaian yang terendah. Hal ini bisa disebabkan karena nasabah beranggapan bahwa bunga yang diberikan pihak bank atas simpanannya masih sangat rendah.

c. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas**

Kualitas produk terbukti berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah pada kedua bank tersebut. Hal ini sesuai dengan teori Indrawati, (2018:2) apabila konsumen merasa puas dengan sesuatu kualitas produk yang dibelinya, maka

konsumen tersebut akan loyal terhadap produk yang dibelinya. Penelitian ini didukung penelitian

Pengaruh yang signifikan ini dapat disebabkan oleh kinerja pada produk yang ditawarkan oleh pihak PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat terhadap nasabah kualitasnya produknya sangat terpercaya sehingga menarik minat nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia untuk menggunakan produk-produk yang ada di bank tersebut sesuai dengan kebutuhan nasabah dalam jangka pendek maupun jangka panjang salah satunya tabungan, rekening giro, dan deposito dll. Kemudian produk yang ada pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Asmat didesain dengan baik sehingga ketahanannya terjaga sehingga semakin andal dan dapat dipercaya sesuai dengan kegunaannya masing-masing.

Kualitas produk pada PT Bank Papua berpengaruh signifikan disebabkan oleh produk-produk yang semakin andal dan dapat dipercaya sesuai dengan kegunaannya masing-masing serta kualitasnya sangat terpercaya,

sehingga meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan produk simpanan (deposito, tabungan maupun rekening giro). Indikator yang ikut berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Papua adalah produk yang disediakan untuk kebutuhan nasabah dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Pada sisi lain indikator produk yang juga berpengaruh namun mendapatkan penilaian terendah yaitu produk-produk yang didesain dengan baik sehingga ketahannya terjaga (kartu ATM). Hal ini perlu menjadi perhatian bagi pihak bank untuk memberikan desain produk yang lebih menarik untuk digunakan dan ketahanannya dapat terjaga.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian SPSS dan hipotesis serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

a. Kualitas kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat.

- b. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat.
- c. Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat.

Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan, adapun saranyang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini yaitu :

- a. Bagi PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat
 - a) Peneliti menyarankan kepada PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat agar meningkatkan kualitas pelayanan pada kedua bank tersebut dalam hal ini kesiapan karyawan yang harus selalu siap dalam melayani kebutuhan nasabah. karyawan harus dapat memahami dengan baik kebutuhan nasabah serta dapat melayani nasabah dengan ramah dan sopan terhadapnasabah.
 - b) Peneliti menyarankan kepada PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat dalam meningkatkan kepercayaan transaksi antara nasabah dengan

- pihak bank dalam jangka panjang yang mana nasabah akan merasa saling menguntungkan
- c) Peneliti menyarankan kepada PT Bank Rakyat Indonesia Kabupaten Asmat agar dapat menanggapi dengan cepat produk-produk yang digunakan oleh nasabah agar kualitas produk pada PT Bank Rakyat Indonesia Kabupaten Asmat tetap terjaga. Selanjutnya pada PT Bank Papua Kabupaten Asmat pemeliti menyarankan agar produk yang digunakan oleh nasabah didesain perbaharui agar ketahanan produk-produk yang digunakan oleh nasabah dapat selalu terjaga ketahannya
- b. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat
- pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1),171–177.
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=635268&val=6468&title=PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=635268&val=6468&title=PENGARUH%20KUALITAS%20PRODUK%20TERHADAP%20KEPUASAN%20DAN%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20Survei%20pada%20Pelanggan%20Nasi%20Rawon%20di%20Rumah%20Makan%20Sakinah%20Kota%20Pasuruan) Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52.
<https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Indrawati, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Cincin Stasiun Surabaya. *Agora*, 6(2).
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenbisnis/article/view/7727/7018>

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei
- Iskandar, S. (2017). *Akutansi Perbankan Dalam Rupiah dan Valuta Asing*. Penerbit In Media, Bogor.

- Kasmir. (2010). *Dasar-Dasar Perbankan*. PT RajaGrafindno Persada, Jakarta. Kasmir. (2017). *Manajemen Perbankan* (Edisi Revi). PT RajaGrafindno Persada, Jakarta.
- Maisa, A. H., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Tokopedia (Survey pada Konsumen Tokopedia di Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6561–6570. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14047/13787>
- Mulyawan, S. (2015). *Manajemen Keuangan*. Cv Pustaka Setia, Bandung.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan Manual & SPSS* (Edisi 1). Kencana, Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia*. (n.d.). Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.
- Yuniasih, I., Nelfianti, F., & Ruswandi, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Mangunjaya Kabupaten Bekasi. *MabiskaJurnal*, 5(1), 69–79. <https://repository.ung.ac.id/skripsi/show/931412059/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pasien-pada-puskesmas-mananggu-kabupaten-boalemo-provinsi-gorontalo.html>
- Zakaria, M. H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Tiki Jalur Nugraha EkaKurir (JNE) Wilayah Semarang. *Universitas Dian Nuswantoro*. http://eprints.dinus.ac.id/17137/1/jurnal_15506.pdf