

Peran Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah

Syafrudin Umasugi^{1*}, Budiandriani², Serlin Serang³

¹Universitas Karya Dharma Makassar ^{2,3}Universitas Muslim Indonesia

Email: syarifumasugii@gmail.com, budiandrianimt@umi.ac.id, serlin.serang@umi.ac.id

Diterima: 31 Juli 2023 | Disetujui: 23 November 2023 | Dipublikasikan: 9 Desember 2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan di PT. Bank Sulselbar, Cabang Parepare, dengan ukuran sampel sebanyak 150 pelanggan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, yang mencakup bukti fisik, keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keandalan, responsivitas, dan bukti fisik memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berdampak langsung pada loyalitas pelanggan di PT. Bank Sulselbar, Cabang Parepare. Untuk meningkatkan keandalan perusahaan, disarankan untuk menetapkan waktu respons yang dijamin untuk menangani masalah pelanggan. Selain itu, perusahaan juga disarankan untuk memberikan pelayanan pelanggan yang luar biasa dan bantuan yang dipersonalisasi berdasarkan kebutuhan individual pelanggan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menekankan pentingnya menjaga kualitas layanan yang tinggi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan mengutamakan keandalan dan menyediakan dukungan yang disesuaikan, PT. Bank Sulselbar dapat lebih menguatkan hubungannya dengan pelanggan dan meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaannya.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan, Bank

Abstract

The research aimed to investigate how service quality impacts customer satisfaction and loyalty at PT. Bank Sulselbar, Cabang Parepare, with a sample size of 150 customers. The findings revealed that service quality, encompassing physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, positively and significantly influenced both customer satisfaction and loyalty. The hypothesis testing indicated that reliability, responsiveness, and physical evidence played a vital role in shaping customer satisfaction and loyalty. Furthermore, the study demonstrated that customer satisfaction has a direct impact on customer loyalty at PT. Bank Sulselbar, Cabang Parepare. To enhance the company's reliability, it is recommended to establish guaranteed response times for addressing customer issues. Additionally, the company is encouraged to deliver outstanding customer service and personalized assistance based on individual customer needs. Overall, the results of this study highlight the importance of maintaining high service quality to foster greater customer satisfaction and loyalty. By prioritizing reliability and offering tailored support, PT. Bank Sulselbar can further strengthen its relationship with customers and improve its overall performance.

Keywords: Service quality, Customer satisfaction, Customer loyalty, Bank

PENDAHULUAN

Bank merupakan bisnis yang unik. Mereka beroperasi menggunakan uang milik orang lain. "Bank" dapat didefinisikan sebagai entitas bisnis yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan mendistribusikannya kembali ke masyarakat guna meningkatkan standar hidup masyarakat pada umumnya. Hal ini menurut amendemen, Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 telah diubah menjadi Undang-Undang No. 10 tahun 1998. Perkembangan dan banyaknya pelanggan akan berdampak pada kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan perhatian khusus bagi semua perusahaan, termasuk perusahaan perbankan, terutama karena mereka menjual produk dan layanan yang sama, sehingga layanan menjadi prioritas utama dan ini akan membedakan satu bank dengan bank lainnya. Sistem layanan telah bertransformasi, yang sebelumnya dilakukan secara tradisional, secara bertahap berubah dengan menerapkan layanan teknologi digital. Bisnis perbankan merupakan bisnis yang bergantung pada kepercayaan, sehingga sistem manajemen harus berlandaskan prinsip kehati-hatian agar kesehatan bank terjaga demi kepentingan masyarakat secara umum dan para deposan khususnya. Perkembangan teknologi juga membuat masyarakat lebih sadar dalam merespons layanan produk, sehingga jika merasa tidak puas dengan layanan, pelanggan tidak ragu untuk beralih ke bank lain. Kepuasan pelanggan telah diakui sebagai faktor kesuksesan kritis dalam setiap perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung kurang terpengaruh oleh pesaing, kurang sensitif terhadap harga, dan loyalitas mereka lebih lama terhadap pilihan produk mereka. (Syahnur & Basalamah, 2019) Perkembangan terbaru menunjukkan bahwa penyedia layanan komunikasi atau penyedia layanan pelanggan terlibat dalam berbagai kegiatan pemasaran dan survei untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Setirah, 2012) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas. Menurut (Risdayanti, 2016) (Santoso & Alawiyah, 2021) Penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi optimal dari kualitas, produk, harga, promosi, dan pelayanan dapat menciptakan kepuasan dan kebahagiaan bagi pelanggan. Penelitian ini merupakan langkah pertama yang dilakukan di PT. Bank Sulselbar Pare-Pare yang sebelumnya belum pernah diteliti mengenai kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah pengetahuan yang sebelumnya belum terpenuhi. Selain itu, penelitian ini akan mengungkapkan tingkat signifikansi indikator-indikator kualitas pelayanan dalam memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah di PT. Bank Sulselbar cabang Pare-pare. Hasil dari (Triswandari, 2011) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu, kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. (Risdayanti, 2016) yang meneliti tentang Pengaruh Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah Sungguminasa, mengungkapkan hasil bahwa pelayanan yang optimal yang diberikan oleh petugas *Customer Service* Bank BRI Syariah Sungguminasa membuat nasabah merasa senang dan puas.

(Ladhari et al., 2011) kepuasan didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh atas tingkat kumulatif layanan bank yang diterima oleh nasabah. (Parasuraman et al., 2012) mengidentifikasi lima dimensi SERVQUAL, yaitu: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Kelima aspek kualitas pelayanan tersebut apabila diterapkan secara bersama-sama akan mampu membangun kualitas pelayanan yang prima dan memuaskan. (Siddiqi, 2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tanpa adanya kepuasan pelanggan, perusahaan akan sulit bertahan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif. (Anderson & Srinivasan, 2003); (Syahnur et al., 2020) bahwa terdapat hubungan antara kepuasan dan loyalitas konsumen dimana dijelaskan bahwa loyalitas konsumen merupakan efek langsung dari kepuasan yang berkaitan dengan pengalaman yang dialami ketika melakukan transaksi di suatu perusahaan, baik perusahaan fisik maupun perusahaan. Perusahaan elektronik (*e-commerce*). Dengan mempertahankan kualitas pelayanan, perusahaan dapat mengurangi ketidakpuasan pelanggan, dan memberikan kepuasan kepada pelanggan mengharuskan perusahaan untuk terus-menerus meningkatkan atau mengoptimalkan kualitas pelayanan (Zairi, 2000). Bowen & Chen (2001) menemukan bahwa bahkan peningkatan kecil dalam kepuasan nasabah dapat menyebabkan perubahan yang dramatis dalam loyalitas nasabah. Adanya korelasi positif antara kepuasan dan loyalitas akan mendorong nasabah untuk merekomendasikan bank kepada orang lain. Sebagai hasilnya, bank dapat memperoleh kesetiaan dari nasabah dan membangun basis nasabah yang stabil, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya. Kepuasan nasabah adalah faktor utama yang menentukan loyalitas nasabah, yang juga merupakan faktor utama dalam mempertahankan nasabah. (Setianingsih & Nursaidah, 2023) oleh karena itu, perusahaan harus selalu berupaya untuk memastikan bahwa pelanggan merasa sangat puas.

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang telah dilakukan oleh (Caruana, 2002), yang mengembangkan model mediasi yang menghubungkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pada sektor perbankan ritel, menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas saling berhubungan. (Zeithaml & Bitner, 2008); (Siddiqi, 2011) juga telah mengembangkan model konseptual yang menghubungkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam kerangka yang sama. Dalam penelitian tersebut, diungkapkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Dengan merujuk pada kerangka pemikiran tersebut, dapat disajikan gambaran tentang hubungan antara kualitas pelayanan yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah di PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare sebagai berikut:



Gambar 1 Model Konseptual

Hipotesis penelitian yang terbentuk adalah sebagai berikut: (H1) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. (H2) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. (H3) Kepuasan

nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare.

METODE PENELITIAN

(Malhotra, 2019) mengklasifikasikan pendekatan penelitian menjadi dua jenis, yaitu Penelitian Eksploratif dan Penelitian Konklusif. Penelitian konklusif adalah penelitian yang dirancang untuk membantu para pengambil keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih serangkaian tindakan yang akan diambil dalam situasi tertentu. Penelitian konklusif terbagi menjadi dua bagian, yaitu Penelitian Deskriptif dan Penelitian Kausal. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kausal karena bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antar variabel, di mana satu variabel menyebabkan atau mempengaruhi nilai variabel lainnya.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu karena jawaban dari setiap responden merefleksikan pandangan dan pendapat mereka sendiri. Responden yang menjadi fokus penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare yang berinteraksi dengan karyawan dari PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian. Pertama, data kuantitatif yang mencakup data yang dapat dihitung atau berbentuk angka, seperti jumlah nasabah, jumlah deposito, jumlah tabungan, dan jumlah kredit yang dikeluarkan oleh PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. Kedua, data kualitatif yang berisi informasi dalam bentuk keterangan atau pernyataan terkait masalah yang diteliti, seperti pernyataan dari responden dan gambaran umum tentang PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara dengan responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pencatatan dokumen-dokumen bank atau data dari pihak lain yang berhubungan dengan materi penelitian. Untuk memperoleh informasi data yang baik dan tepat dengan asumsi tujuan penulisan dapat tercapai, maka metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Metode wawancara, dengan mengadakan tanya jawab secara langsung, baik dengan responden maupun dengan pihak manajemen PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare untuk memperoleh data yang lebih lengkap dan akurat. (2) Metode observasi, secara langsung mengadakan pengamatan di lokasi penelitian yaitu di Bank Sulselbar Cabang Parepare. (3) Metode kuesioner, merupakan metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pernyataan kepada responden yang merupakan nasabah untuk memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Adapun skala pengukuran instrumen dalam penelitian ini, indikator-indikator diukur dengan menggunakan skala likert yang memiliki lima tingkat preferensi yang masing-masing memiliki skor 1 sampai dengan 5 dengan ketentuan sebagai berikut Skor 5 jika Sangat Setuju (SS); Skor 4 jika Setuju (S); Skor 3 jika Tidak Tahu (TT); Skor 2 jika Tidak Setuju (TS); dan Skor 1 jika Sangat Tidak Setuju (SS).

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare, dengan rincian: Nasabah Kredit, Giro, Tabungan, dan Deposito dengan total populasi kurang lebih 15.228 orang. Dalam penelitian ini, ukuran sampel memberikan dasar untuk memperkirakan kesalahan pengambilan sampel (Ferdinand, 2002); (Hair et al., 2009); (Ghozali, 2011); Para ahli menyatakan bahwa ukuran sampel yang sesuai untuk analisis SEM (Structural Equation Modeling) berada dalam kisaran 100-200. Jika ukuran sampel terlalu besar, misalnya lebih dari 400, metode analisis menjadi sangat sensitif dan menyulitkan untuk mendapatkan goodness of fit yang baik. Panduan untuk menentukan ukuran sampel adalah sekitar lima hingga sepuluh kali jumlah indikator penelitian.

Berdasarkan pandangan tersebut, jumlah sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah 150 responden, mengingat jumlah sampel mencapai lima kali jumlah indikator ($5 \times 30 = 150$ responden).

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling, di mana pengambilan sampel tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan teknik yang digunakan adalah insidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau secara insidental saat peneliti bertemu dengan responden di lokasi penelitian.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Analisis deskriptif, yang digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai data yang dikumpulkan dalam penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk menggambarkan karakter skor responden penelitian untuk variabel kualitas pelayanan yang diberikan terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. Penerapan perhitungan dalam analisis ini dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan AMOS dan SPSS versi 24. (2) Analisis Statistik Inferensial. Berdasarkan kerangka konseptual penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation modeling* (SEM). SEM dapat menguji secara komprehensif hubungan antar variabel yang diteliti. SEM sangat berguna dalam menguji serangkaian hubungan yang saling ketergantungan antar variabel secara simultan, yaitu apakah suatu variabel dependen dapat menjadi variabel independen pada hubungan persamaan berikutnya. Pada prinsipnya, SEM merupakan analisis multivariate yang menggambarkan penerapan beberapa model secara kompak, antara lain analisis faktor, analisis jalur, dan analisis regresi (Ferdinand, 2002).

HASIL

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berasal dari nasabah yang melakukan transaksi di PT Bank Sulselbar Cabang Pare-Pare. Data yang telah terkumpul menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dominan adalah perempuan sebanyak 92 orang atau 61,3 persen, sedangkan laki-laki sebanyak 58 orang atau 38,7 persen. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah pada umumnya adalah perempuan. Mayoritas responden berpendidikan S1, sebanyak 95 orang atau 63,3 persen. Tingkat pendidikan SMA sebanyak 29 orang atau 19,3 persen, disusul responden dengan tingkat pendidikan Diploma sebanyak 19 orang atau 12,7 persen, dan yang terakhir tingkat pendidikan pascasarjana sebanyak 7 orang atau 4,7 persen. Berdasarkan lama menjadi nasabah, mayoritas telah menjadi nasabah lebih dari 24 bulan atau lebih dari 2 tahun, yaitu sebanyak 108 orang atau 72 persen.

Pengujian Statistik

Uji validitas yang dilakukan adalah untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun valid atau tidak. Beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden kemudian dikelompokkan ke dalam masing-masing variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) serta Kepuasan (Y1), dan Loyalitas (Y2) Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. Setelah dilakukan pengelompokan item, selanjutnya dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah alat ukur yang berupa pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat mengukur

masing-masing variabel yang digunakan dalam model penelitian ini. Pengujian instrumen terdiri dari dua yaitu: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Tabel 1 Pengujian Validitas

Variables	Item	Pearson Correlation	Product Momen	Info
<i>Physical Evidence</i> (x_1)	X _{1.1}	0,586	0,195	Valid
	X _{1.2}	0,694	0,195	Valid
	X _{1.3}	0,713	0,195	Valid
	X _{1.4}	0,758	0,195	Valid
	X _{1.5}	0,724	0,195	Valid
<i>Reliability</i> (x_2)	X _{2.1}	0,786	0,195	Valid
	X _{2.2}	0,876	0,195	Valid
	X _{2.3}	0,798	0,195	Valid
	X _{2.4}	0,815	0,195	Valid
<i>Responsiveness</i> (x_3)	X _{3.1}	0,832	0,195	Valid
	X _{3.2}	0,763	0,195	Valid
	X _{3.3}	0,826	0,195	Valid
	X _{3.4}	0,823	0,195	Valid
<i>Assurance</i> (X_4)	X _{4.1}	0,810	0,195	Valid
	X _{4.2}	0,793	0,195	Valid
	X _{4.3}	0,805	0,195	Valid
	X _{4.4}	0,827	0,195	Valid
<i>Empathy</i> (X_5)	X _{5.1}	0,715	0,195	Valid
	X _{5.2}	0,703	0,195	Valid
	X _{5.3}	0,807	0,195	Valid
	X _{5.4}	0,712	0,195	Valid
	X _{5.5}	0,757	0,195	Valid
<i>Satisfaction</i> (Y_1)	Y _{1.1}	0,674	0,195	Valid
	Y _{1.2}	0,770	0,195	Valid
	Y _{1.3}	0,759	0,195	Valid
	Y _{1.4}	0,808	0,195	Valid
<i>Loyalty</i> (Y_2)	Y _{2.1}	0,809	0,195	Valid
	Y _{2.2}	0,852	0,195	Valid
	Y _{2.3}	0,847	0,195	Valid
	Y _{2.4}	0,867	0,195	Valid

Sumber : Data primer diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas variabel bukti fisik diperoleh nilai *Pearson Correlation* (r hitung) antara 0,586 sampai dengan 0,758 atau r hitung $>$ r tabel 0,195 artinya setiap item pertanyaan dari variabel bukti fisik yang digunakan dalam penelitian adalah valid.

Indikator pengukuran reliabilitas menurut (Sekaran & Bougie, 2016) yang membagi tingkat reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut: Jika $\alpha = 0,8 - 1,0 =$ reliabilitas baik; jika $\alpha = 0,6 - 0,799 =$ reliabilitas diterima; dan jika $\alpha =$ kurang dari 0,6 = reliabilitas kurang baik. Seperti halnya uji validitas, uji reliabilitas juga dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Model* = SEM (program AMOS), yang hasil lengkapnya dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2 Pengujian Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Info
<i>Physical Evidence (X₁)</i>	0,868	Reliable
<i>Reliability (X₂)</i>	0,918	Reliable
<i>Responsiveness (X₃)</i>	0,916	Reliable
<i>Assurance (X₄)</i>	0,915	Reliable
<i>Empathy (X₅)</i>	0,887	Reliable
<i>Satisfaction (Y₁)</i>	0,884	Reliable
<i>Loyalty (Y₂)</i>	0,929	Reliable

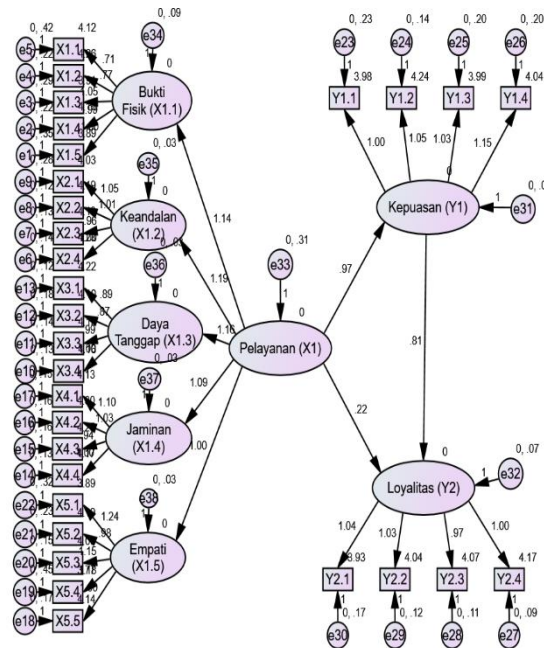
Sumber : Data primer diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kepuasan, dan loyalitas) menunjukkan bahwa nilai alpha hitung diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 artinya setiap pertanyaan dari variabel yang digunakan dalam penelitian adalah reliabel. Hasil pengujian indikator kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dievaluasi berdasarkan kriteria *goodness of fit index* yang diajukan sebagai syarat kecocokan model terpenuhi dan dinyatakan fit. Hasil perhitungan terhadap indikator kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3 Kriteria Goodness of fit Indeks Setiap Variabel

Criteria's	Cut-off value	Result's	Model Evaluation
Chisquare	Diharapkan kecil	664,213	Fit
Probability	≥ 0.05	0,000	Fit
RMSEA	≤ 0.08	0,067	Fit
GFI	≥ 0.90	0,780	Marginal Fit
AGFI	≥ 0.90	0,742	Marginal Fit
TLI	≥ 0.90	0,933	Fit
CFI	≥ 0.95	0,939	Fit
CMIN/df	≤ 2.00	1,673	Fit

UJI HIPOTESIS:
Chi Square:
664.213
Cmin/df: 1.673
Probability: .000
GFI: .780
AGFI: .742
CFI: .939
TLI: .922



Gambar 2 Model Persamaan Struktural (SEM) Analisis CFA

Sumber : Data primer diolah (2023)

Tabel 3 di atas menunjukkan hasil analisis pengolahan data, terlihat bahwa konstruk yang digunakan untuk membentuk model penelitian pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria goodness of fit. Hasil estimasi parameter estimasi antar konstruk laten dapat dilihat pada Tabel 4. Tabel 4. Hasil Analisis dan Interpretasi Parameter Estimasi Model Struktural (SEM). Sebagai berikut:

Table 1 Hasil Anasis dan Interpretasi Parameter Estimasi Model Struktural (SEM)

			Estimasi	S.E.	C.R.	P
<i>Satisfaction</i>	←	<i>Services</i>	.972	.098	9.921	0.000
<i>Loyalty</i>	←	<i>Services</i>	.224	.227	2.987	0.000
<i>Loyalty</i>	←	<i>Satisfaction</i>	.813	.230	3.539	0.000
<i>Physical Evidence</i>	←	<i>Services</i>	1.143	.120	9.519	0.000
<i>Reliability</i>	←	<i>Services</i>	1.192	.099	12.066	0.000
<i>Responsiveness</i>	←	<i>Services</i>	1.163	.096	12.085	0.000
<i>Assurance</i>	←	<i>Services</i>	1.088	.091	11.902	0.000
<i>Empathy</i>	←	<i>Services</i>	1.000			

Sumber : Data primer diolah (2023)

Pengujian hipotesis yang dilakukan merupakan jawaban dari berbagai macam hubungan yang dikembangkan dalam model struktural (Gambar 1). Model ini menunjukkan pola hubungan yang relatif komprehensif antara berbagai variabel penelitian, baik dalam konteks hubungan langsung-efek langsung maupun hubungan tidak langsung-efek tidak langsung. Analisis regresi pada model ini ditentukan oleh nilai Critical Ratio (CR). Hipotesis akan diterima jika CR lebih dari 2,58 (Hair et al., 2009) pada tingkat signifikansi 1%. Gambaran lengkap hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 5 di bawah ini:

Table 2 Perhitungan Uji Hipotesis

Hubungan	C.R.	P Value	Efek Langsung	Efek Tak Langsung	Efek Total
<i>Physical Evidence</i>	9,519	0,000	1,143		1,143
<i>Reliability</i>	12,066	0,000	1,192		1,192
<i>Responsiveness</i>	12,085	0,000	1,163		1,163
<i>Assurance</i>	11,902	0,000	1,088		1,088
<i>Empathy</i>		0,000	1,000		1,000
<i>Satisfaction</i>	2,987	0,000	0,972		0,972
<i>Loyalty</i>	3,539	0,000	0,224	0,791	1,014

Kriteria pengujian adalah $C.R \geq 2,58$ pada $\alpha = 0,05$

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan melalui *confirmatory factor analysis (CFA)* dan *structural equation modeling (SEM)* dapat dinyatakan bahwa model yang dispesifikasikan dalam penelitian ini dapat diterima. Berdasarkan model yang dinyatakan fit, maka pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini (Girson, 2001) menjelaskan bahwa koefisien jalur yang signifikan antar variabel tidak akan berarti apa-apa jika model yang dikembangkan tidak menunjukkan model yang fit.

PEMBAHASAN

Berdasarkan model empiris yang diajukan dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan akan diuji melalui pengujian koefisien jalur pada model persamaan struktural. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menilai signifikansinya menggunakan nilai (P-value). Jika nilai (P-value) kurang dari 0,05 ($P\text{-value} \leq 0,05$), maka hubungan antar variabel dianggap signifikan, dan sebaliknya, jika nilai (P-value) lebih besar atau sama dengan 0,05 ($P\text{-value} \geq 0,05$), maka hubungan antar variabel dianggap tidak signifikan. Selain itu, pengujian ini dapat menjelaskan pengaruh langsung antar variabel, yang berarti adanya pengaruh positif secara langsung antara variabel tersebut. Selain itu, pengujian ini juga dapat menjelaskan pengaruh tidak langsung antar variabel, yang berarti adanya pengaruh positif secara tidak langsung antara variabel-variabel tersebut.

Berdasarkan tabel 4 dan tabel 5 di atas, pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut: Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare telah dianalisis melalui *structural equation modeling (SEM)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien struktural (*path coefficient*) atau bobot regresi antara kualitas pelayanan melalui bukti fisik menunjukkan nilai positif sebesar 1,143 dengan hubungan yang signifikan. Nilai CR (*critical ratio*) = 9,519 yang berada di atas ambang batas 2,58 (pada taraf signifikansi 1%) dengan nilai probabilitas 0,000 di bawah 0,05, menunjukkan bahwa hubungan antara bukti fisik dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare adalah positif dan signifikan. Faktor ini disebabkan oleh

kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penilaian responden tentang eksterior kantor yang menarik, karyawan yang berpenampilan rapi, dan ruang kantor yang bersih juga mendukung hasil ini. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap bukti fisik, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare.

Pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar cabang Parepare. Hasil analisis structural equation modeling (SEM) menunjukkan bahwa koefisien struktural (koefisien jalur) atau bobot regresi antara kualitas pelayanan melalui keandalan menunjukkan nilai positif sebesar 1,192 dengan hubungan yang signifikan karena nilai CR (critical ratio) = 12,066 berada di atas ambang batas 2,58 (pada taraf signifikan 1%) dengan nilai probabilitas 0,000 di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare, hasil ini juga didukung oleh jawaban sebagian besar responden yang sebagian besar menyatakan setuju dengan pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji, pelayanan yang tepat waktu, memverifikasi permintaan nasabah secara akurat dan membantu nasabah dengan tulus.

Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar cabang Parepare. Hasil analisis structural equation modeling (SEM) menunjukkan bahwa koefisien struktural (path coefficient) atau bobot regresi antara kualitas pelayanan melalui daya tanggap menunjukkan nilai positif sebesar 1,163 dengan hubungan yang signifikan karena nilai CR (critical ratio) = 12,085 berada di atas ambang batas 2,58 (pada taraf signifikan 1%) dengan nilai probabilitas 0,000 di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare, hasil ini juga didukung oleh jawaban sebagian besar responden yang sebagian besar menyatakan setuju terhadap pelayanan yang diberikan dengan membantu nasabah tanpa diminta dan siap memberikan pelayanan pada saat dibutuhkan. Semakin tinggi daya tanggap, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar cabang Parepare. Hasil analisis structural equation modeling (SEM) menunjukkan bahwa koefisien struktural (koefisien jalur) atau bobot regresi antara kualitas pelayanan melalui jaminan menunjukkan nilai positif sebesar 1,088 dengan hubungan yang signifikan karena nilai CR (critical ratio) = 11,902 berada di atas ambang batas 2,58 (pada taraf signifikan 1%) dengan nilai probabilitas 0,000 di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare, hasil ini juga didukung oleh jawaban sebagian besar responden yang sebagian besar menyatakan setuju bahwa karyawan dapat menumbuhkan rasa percaya bagi nasabah, selain itu karyawan sopan dalam melayani. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi jaminan/kepercayaan maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan.

Pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar cabang Parepare. Hasil analisis structural equation modeling (SEM) menunjukkan bahwa koefisien struktural (path coefficient) atau bobot regresi antara kualitas pelayanan melalui empati menunjukkan nilai positif sebesar 1,000 dengan nilai probabilitas 0,000 di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. Hasil ini juga didukung oleh jawaban responden yang sebagian besar menyatakan setuju bahwa karyawan memberikan pemahaman terhadap kebutuhan nasabah dan memberikan perhatian khusus kepada setiap nasabah serta meminta maaf jika terjadi kesalahan dalam pelayanan.

Hasil analisis kualitas pelayanan melalui bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati di atas dapat disimpulkan bahwa: H1: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis structural equation modeling (SEM) menunjukkan bahwa koefisien struktural (path coefficient) atau bobot regresi antara kualitas pelayanan dan kepuasan menunjukkan nilai positif sebesar 0,972 dengan hubungan yang signifikan karena nilai CR (critical ratio) = 9,921 di atas ambang batas 2,58 (pada taraf signifikan 1%) dengan nilai probabilitas 0,000 di bawah 0,05. Hasil analisis tersebut juga didukung oleh pengaruh langsung yang menunjukkan nilai positif sebesar 0,972. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare.

Peneliti terdahulu yang menjadi acuan penelitian ini adalah seperti yang dilakukan oleh (Setirah, 2012) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Makassar, dimana hasil penelitian tersebut menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Makassar. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 (satu) penelitian ini dapat diterima atau terbukti. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil analisis structural equation modeling (SEM) menunjukkan bahwa koefisien struktural (path coefficient) atau bobot regresi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas menunjukkan nilai positif sebesar 0,224 dengan hubungan yang signifikan karena nilai CR (critical ratio) = 2,987 di atas ambang batas 2,58 (pada taraf signifikan 1%) dengan nilai probabilitas 0,000 di bawah 0,05. Hasil analisis juga didukung oleh pengaruh langsung yang menunjukkan nilai positif sebesar 0,224. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare.

Penelitian yang dilakukan oleh (Risdayanti, 2016) meneliti tentang pengaruh Customer Service terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah Sungguminasa, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pelayanan yang optimal yang diberikan oleh petugas customer service membuat nasabah merasa senang dan puas. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Risdayanti, 2016). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 (dua) penelitian ini dapat diterima atau terbukti. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis structural equation modeling (SEM) menunjukkan bahwa koefisien struktural (path coefficient) atau bobot regresi antara kepuasan terhadap loyalitas menunjukkan nilai positif sebesar 0,813 dengan hubungan yang signifikan karena nilai CR (critical ratio) = 3,539 berada di atas ambang batas 2,58 (pada tingkat signifikansi 1%) dengan nilai probabilitas 0,000. Hasil analisis tersebut juga didukung oleh pengaruh langsung yang menunjukkan nilai positif sebesar 0,813. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar cabang Parepare, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini dapat diterima/terbukti.

Penelitian oleh (Aryani & Rosinta, 2011) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi pembentuk kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dimensi yang paling kuat dalam menjelaskan kualitas pelayanan secara berurutan adalah tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kelima aspek kualitas pelayanan tersebut apabila diterapkan secara bersama-sama akan membangun kualitas pelayanan yang prima dan

memuaskan pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal. Hasil analisis ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 (tiga) dari penelitian ini dapat diterima/terbukti.

KESIMPULAN

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien struktural sebesar 0,972 dengan nilai CR = 9,921 (pada taraf signifikan 1%) dan probabilitas 0,000 (kurang dari 0,05). Semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi kepuasan nasabah.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien struktural sebesar 0,224 dengan nilai CR = 2,987 (pada taraf signifikan 1%) dan probabilitas 0,000 (kurang dari 0,05). Semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi loyalitas nasabah.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien struktural sebesar 0,813 dengan nilai CR = 3,539 (pada taraf signifikan 1%) dan probabilitas 0,000 (kurang dari 0,05). Semakin puas nasabah, semakin tinggi loyalitas nasabah.

Dari hasil analisis ini, dapat disarankan bahwa PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare perlu terus meningkatkan kualitas layanan guna memastikan kepuasan pelanggan tetap tinggi. Fokus pada dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati juga perlu ditingkatkan agar hubungan positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat berlangsung dengan lebih signifikan. Penelitian ini memiliki kesamaan temuan dengan beberapa penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam mengembangkan strategi pelayanan dan meningkatkan retensi pelanggan. Penting untuk diingat bahwa penelitian ini memiliki beberapa batasan, seperti ukuran sampel dan lingkup penelitian yang terbatas pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan sampel yang lebih besar dan mempertimbangkan lebih banyak variabel untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan di industri perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-Loyalty : A Contingency Framework. *Wiley InterScience*, 20(2), 123–138. <https://doi.org/10.1002/mar.10063>
- Ferdinand, A. (2002). Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. In *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall.
- Ladhari, R., Ladhari, I., & Morales, M. (2011). Bank service quality: comparing

- Canadian and Tunisian customer perceptions. *International Journal of Bank Marketing*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., & Berry, L. (2012). of Expectations as a Standard in Measuring Comparison Service for Quality : Implications Further Research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111–124.
- Risdayanti, H. (2016). *Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Santoso, B., & Alawiyah, T. (2021). Service Quality as A Measurement of Customer Satisfaction of Indonesian Sharia Bank Using Important Performance Analysis Method. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 291–296. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Setianingsih, W. E., & Nursaidah, N. (2023). How Does Hotel Service Innovation Affect Experiential Value and Consumer Decisions to Stay in Hotels? *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 162–178. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.16601>
- Setirah, S. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada Pt. Bank Sulselbar Di Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Siddiqi, K. O. (2011). Interrelations between service quality attributes, customer satisfaction and customer loyalty in the retail banking sector in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 6(3), 12.
- Syahnur, M. H., & Basalamah, J. (2019). *Analysis of the Importance Degree and Performance of Internet Service Providers in Makassar City*. x(x), 168–177.
- Syahnur, M. H., Basalamah, J., & Gani, A. A. (2020). Customer Experience Factor Analysis Towards Customer Satisfaction Online Shopping. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(2), 83–94.
- Triswandari, U. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Timur. *Universitas Hasanuddin. Halaman*, 66–104.