



**ANALISIS DAMPAK KINERJA PELAYANAN DAN KEPUASAN  
SEBAGAI *MODERATING VARIABLE* TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH PADA BANK BUKOPIN CABANG PADANG**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen*

Diajukan Oleh:

**RIRI ANDESTA MENDROFA**

**04 152 025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2008**

|  |                              |                      |
|--|------------------------------|----------------------|
| No. Alumni Universitas:  | <b>RIRI ANDESTA MENDROFA</b> | No. Alumni Fakultas: |
| <b>BIODATA</b>   |                              |                      |
| a) Tempat/tanggal lahir : Padang / 10 Februari 1986 b) Nama Orang Tua : Januari Mendrofa dan Doriomas Lubis c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) No.BP : 04 152 025 f) Tanggal Lulus : 25 November 2008 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,02 i) Lama Studi : 4 tahun 2 bulan j) Alamat Orang Tua : Jl. Sudirman no.8 Padang |                              |                      |



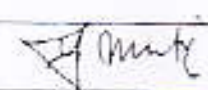
**ANALISIS DAMPAK KINERJA PELAYANAN DAN KEPUASAN SEBAGAI MODERATING VARIABLE TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK BUKOPIN CABANG PADANG**

*Skripsi SI Oleh Riri Andesta Mendrofa. Pembimbing Dr. Ratni Prima Lita, SE. MM*

**ABSTRAK**

Peneliti sangat tertarik dengan adanya perbedaan pendapat para ahli tentang pengaruh kinerja jasa/layanan dan kepuasan dalam pembentukan loyalitas nasabah, sehingga penelitian ini mempunyai tujuan yaitu: menguji pengaruh langsung kinerja pelayanan terhadap loyalitas nasabah, dan menguji pengaruh interaksi kinerja pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel moderator antara kinerja pelayanan dan loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan alat analisis *Moderator Regression Analysis*. Dilakukan di Padang dengan obyek penelitian Bank Bukopin cabang utama Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi antara kinerja pelayanan dan kepuasan sebagai variabel moderator hanya memiliki pengaruh yang kecil dalam menjelaskan variasi loyalitas nasabah.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 25 November 2008, dengan penguji :

|              |  |   |  |
|--------------|--|---|--|
| Tanda Tangan | 1.  | 2.  | 3.  |
| Nama Terang  | Dr. Ratni Prima Lita, SE.MM  | Prof. Hj. Yusniar Ilyas   | Dra. Yanti MM  |

Mengetahui,  
Ketua Jurusan

Dr. Harif Amali Rivai, SE. M.Si  
NIP. 132 164 008

  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus :

|                        |  | Petugas Fakultas/Universitas |              |
|------------------------|--|------------------------------|--------------|
| No. Alumni Fakultas    |  | Nama                         | Tanda Tangan |
| No. Alumni Universitas |  | Nama                         | Tanda Tangan |



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Deregulasi perbankan 27 Oktober 1988 merupakan kebijakan penghapusan *barrier to entry* di industri perbankan. Dengan deregulasi tersebut, untuk pertama kalinya pemerintah memandang perlu menciptakan iklim persaingan perbankan melalui mekanisme pasar, guna mendorong pengaliran dana melalui perluasan jaringan kelembagaan. Meningkatnya persaingan dan cepatnya deregulasi perbankan telah mengarahkan bisnis jasa perbankan mencari cara yang menguntungkan untuk mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan tinggi yang nampak dalam kinerja/performa dari layanan yang ada (Parasuraman et al, 1985).

Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang. Persaingan yang semakin ketat menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan konsumen/pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Para pelanggan akan mencari produk yang dapat memberikan pelayanan terbaik kepadanya (Assauri, 2003). Namun dalam penyaluran layanan jasa, terkadang terjadi gap antara persepsi dan harapan konsumen. Kesenjangan inilah yang merupakan faktor krusial penyebab tidak terpenuhinya kepuasan konsumen dan diindikasikan berdampak pada loyalitas konsumen.

Variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap merek, bukan hanya preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi. Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik. Ia bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk/jasa dan layanannya dengan harapan-harapan yang berkembang di benak konsumen.

Selama ini konsep dan pengukuran kualitas jasa/pelayanan telah berkembang dengan pesat. Salah satu kontributor yang sering dipakai dalam mengembangkan pengukuran kualitas jasa/pelayanan adalah alat ukur kualitas layanan yaitu SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Dari skala SERVQUAL ini, mereka berpendapat bahwa dalam mengevaluasi kualitas jasa/pelayanan, konsumen membandingkan antara pelayanan yang mereka harapkan dengan persepsi atas pelayanan yang mereka terima (*Gap Analisis*). Dalam kenyataannya, beberapa konsep menyebutkan bahwa gambaran ke-5 dimensi (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) yang sering digunakan dalam SERVQUAL untuk menilai kualitas jasa/pelayanan, masih menjadi masalah (Cronin dan Taylor, 1992). Telah disebutkan pula gambaran ke-5 dimensi yang ada tidak konsisten bila digunakan untuk analisis *Cross Sectional* serta dibuktikan



## BAB VI PENUTUP

Dari pembahasan yang telah di kemukakan sebelumnya, maka berikut ini penulis mencoba menarik beberapa kesimpulan, keterbatasan dan saran yang mungkin diperlukan terhadap hasil pengolahan variabel-variabel yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk dapat memberi pertimbangan kepada perusahaan jasa perbankan khususnya Bank Bukopin Cabang Padang sebagai bahan masukan dalam memberikan kinerja pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya karena akan berdampak terhadap *performance* perusahaan.

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengemukakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kinerja pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Cabang Padang. Artinya, jika kinerja pelayanan ditingkatkan dan semakin baik ada kecenderungan nasabah akan semakin loyal terhadap Bank Bukopin Cabang Padang. Pengaruh terbesar dari variabel kinerja pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah pada dimensi *reliability*.
2. Variabel kinerja pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai moderating variable pada Bank Bukopin Cabang Padang. Artinya, kinerja pelayanan dianggap baik atau buruk tergantung dari pengalaman dan perasaan puas atau kurang puas nasabah, ada kecenderungan nasabah loyal atau tidak loyal terhadap Bank Bukopin

## DAFTAR PUSTAKA

- Anton, A.S., dan Ihwan Susila. 2004. *Usahawan No.07 TH XXXIII*.
- Assauri, Sofjan, 2003, *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction*, Usahawan N0.01 Th XXXII Januari 2003.
- Bhote, Keki R, 1996, "*Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty : The Key to Greater Profitability*", AMACOM, New York.
- Carman, J.M.,2000, *Patient Perceptions of Service Quality: Combining the Dimensions*, *Journal of Marketing*, Vol. 14 No. 4:337-52
- Cronin, J. J., Brady, M. K., Hult, G. M., 2000, *Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioural intentions in service environment*,. *Journal of Retailing*, 76 (2), 193-218.
- Cronin, J. J., Taylor, S. A, 1992, "*Measuring Service Quality: A Reexamination and Expectations*", *Journal of Marketing*, July (56): 55-68.
- Cronin, J. Joseph and Taylor, Stephen A, 1994, *SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectation Measurement of Service Quality*, *Journal of Marketing*, Vol. 58, January 1995: 125-131
- Darmayanti, Diah. 2006. *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1, No,1, April 2006: 35-43
- Dabholkar, R., Thorpe D.I. and Rentz, J.O, 1996, *A Measure of Service Quality for Retail Stores*, *Journal of Academy of Marketing Science*, Vol. 24, Winter: 3-16
- Dick, A.S dan Basu, K., 1994, "*Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework*", *Journal of The Academy Marketing Science*, Vol.22, p.99-113.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., Minard, Paul W. (1990). *Consumer Behavior* (6th Ed), The Dryden Press.
- Griffin, Jill, 2002, *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan (Alih Bahasa: Dr. Dwi Kartini Yahya)*, Erlangga, Jakarta.