

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(STUDI PADA AGEN BRILINK KECAMATAN SULIKI, KABUPATEN
LIMPULUH KOTA, SUMATERA BARAT)**

Figra Tama Ilahi¹, Arlin Ferlina Moch. Trenggana²

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

figratama@student.telkomuniversity.ac.id¹, arlinferlina@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Tujuan penelitian adalah menganalisis serta mengetahui hubungan loyalitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Konsumen terindikasi belum loyal dan menjadikannya tidak kebal terhadap pesaing dikarenakan konsumen masih merasakan kekurangan dalam kualitas pelayanan yang mengakibatkan menjadi tidak puas. Metode pendekatan kuantitatif kausalitas digunakan pada penelitian ini pada pengguna BRILink kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat. Teknik Non-Probability Sampling jenis Purposive Sampling dilakukan untuk mendapatkan 400 sampel responden dengan kriteria pernah menggunakan dan tinggal di kecamatan Suliki. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki peranan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, kepuasan mempunyai peranan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen dapat berperan memengaruhi loyalitas, dan kepuasan konsumen berperan memediasi kualitas pelayanan dalam memengaruhi loyalitas pada pengguna BRILink Kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

Abstract

The purpose of this research is to analyze and know the relationship between loyalty, service quality, and customer satisfaction. Consumers are indicated not to be loyal and not immune to competitors because consumers still feel a lack of service quality which results in dissatisfaction. The causal quantitative approach method used in this study was BRILink users, Suliki sub-district, Limapuluh Kota Regency, West Sumatra. Non-Probability Sampling Technique Purposive Sampling was conducted to obtain a sample of 400 respondents with the criteria of having used and lived in Suliki sub-district. The results show that service quality has a role in customer satisfaction and loyalty, satisfaction has a role in loyalty, service quality indirectly through customer satisfaction can play a role in influencing loyalty, and consumer satisfaction plays a role in mediating service quality in influencing BRILink user loyalty, Suliki District, Limapuluh Kota Regency, West Sumatra

Keywords: *Service Quality; Consumer Satisfaction; Consumer Loyalty.*

1. Pendahuluan

Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) merupakan kerjasama Bank Indonesia (BI), Sekretariat Wakil Presiden –Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K) serta Badan Kebijakan Fiskal – Kementerian Keuangan (Ihsan, 2018). Contoh dari program yang otoritas berwenang

luncurkan dalam menyokong SNKI yakni tentang Laku Pandai (Khanan, 2016). Salah satu bank penyelenggara Laku Pandai di Indonesia yang terus menjangkau nasabah sampai ke pelosok desa dan hingga saat ini tetap konsisten dengan komitmennya untuk membantu usaha kecil menengah (UMKM)

adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang disebut BRILink (Suheriadi, 2018).

BRILink yaitu perluasan layanan BRI yang bekerjasama pada nasabahnya selaku agen dimana bisa membuka pelayanan transaksi dengan memanfaatkan fitur Electronic Data Capture (EDC) mini ATM BRI sehingga dapat melayani penduduk dengan real time online melalui metode sharing fee serta fee yang diberikan kompetitif (Anita, 2019). Menurut Hari Siaga Amijarso selaku Sekretaris Perusahaan BRI persentase jumlah agen BRILink terbanyak di Indonesia berada di pulau Sumatera yaitu sebesar 36% dan selanjutnya pulau Jawa 32 % serta Indonesia Timur sebesar 32% (Masyrafina, 2017). Salah satu provinsi di Sumatera yang merasakan manfaat dari BRILink ini adalah Sumatera Barat, dimana menurut Bapak Wahyu Hidajat selaku Pemimpin Wilayah BRI Padang menyebutkan perkembangan BRILink di Sumatera Barat sangat pesat dimana terlihat pada tahun 2015 berjumlah 976 agen dan pada tahun 2021 sudah mencapai 15.865 agen (Padek, 2021). Salah satu daerah yang merasakan manfaat dari BRILink adalah Kabupaten Limapuluh Kota dimana diketahui jumlah agen BRILink paling banyak yang terdapat pada Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat adalah Kecamatan Suliki (terlihat di tabel 1). Hal ini menandakan kebutuhan masyarakat Kecamatan Suliki terhadap BRILink lebih tinggi. Selain BRILink, Kecamatan Suliki juga memiliki layanan agen laku pandai lainnya yaitu BNI46 yang memiliki sejumlah 3 agen dan Agen Mandiri memiliki 2 agen. Hal ini menjadikan penulis terdorong untuk melakukan penelitian di Kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat.

Kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan baik dalam produk maupun layanan yang ditawarkan menjadikan tingkat persaingan dalam perbankan terus meningkat sehingga para pengelola bank diharapkan mampu memberikan kontribusi yang baik dengan cara menciptakan peluang bisnis baru yang lebih cerdas dan inovatif, seperti menarik nasabah baru dan nasabah lama dipertahankan sehingga nasabah tidak berpindah ke bank lain atau mempertahankan loyalitas konsumen (Maulana, 2016), yaitu dengan adanya komitmen

mendukung jasa atau produk dimasa yang akan datang walaupun terdapat penawaran dari pihak lain yang berpotensi memicu konsumen untuk berpindah (Kotler & Keller, 2016). BRILink adalah bisnis yang menawarkan jasa, sehingga kualitas pelayanan yang baik sebagai nilai tambah dari jasa yang diberikan agar mencukupi apa yang konsumen inginkan (Tjiptono, 2016).

Penulis melakukan Pra-Survey terhadap 30 responden untuk mengetahui pengalaman konsumen atas bertransaksi di Agen BRILink Kecamatan Suliki. Dari 30 responden tersebut didapatkan Permasalahan dalam penelitian ini adalah masih kurangnya tingkat kekebalan dari loyalitas konsumen BRILink dimana masih tertarik menggunakan layanan laku pandai dari bank lain. Masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh agen BRILink seperti fasilitas yang tersedia di agen BRILink tidak bersih dan kurang sigapnya agen dalam menanggapi keluhan konsumen yang menimbulkan potensi gap antara kepuasan dan kualitas pelayanan dari dimensi tengible dan responsiveness. Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa loyalitas dapat terbentuk oleh kualitas pelayanan yang dilakukan suatu perusahaan dan juga dari kepuasan konsumen (Risal, 2019). Peneliti lain juga telah membuktikan bahwa kepuasan konsumen dapat disebabkan adanya peranan dari kualitas pelayanan (Isra & Trenggana, 2017).

Atas dasar latar belakang tersebut maka riset ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui hubungan loyalitas, kualitas pelayanan, dan peranan mediasi kepuasan konsumen pada BRILink kecamatan Suliki, Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat.

2. Dasar Teori

Kualitas Pelayanan

Pada tahun 1985 muncul konsep kualitas pelayanan lewat penelitian, A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry dan pada tahun 1988 direvisi kembali, pendapat ini dikutip ulang oleh Kotler dan Keller (2016:155) kualitas layanan yakni membandingkan kinerja yang didapatkan (performance) dengan yang diharapkan (expectation). Menurut Kotler dan Keller (2016: 442) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor utama tersebut

diantaranya yaitu: responsiveness (cepat tanggap), tangible (berwujud), reliability (keandalan), empathy (empati), assurance (kepastian).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen yakni bentuk perasaan kecewa maupun senang seseorang, dimana akan timbul apabila mendapatkan kinerja produk sesuai atau tidak dengan yang diharapkan, pernyataan ini dari Kotler dan Keller dalam Priansa (2017:196). Kotler & Keller (2016:155) memaparkan, kepuasan konsumen memiliki dua hal utama yang perlu diperhatikan yang menjadi penentu kepuasan konsumen yakni: Kinerja (performance), Harapan (expectation).

Loyalitas Konsumen

Tjiptono dan Candra (dalam Priansa, 2017) menyatakan bahwa loyalitas konsumen yakni kesetiaan konsumen pada suatu jasa maupun produk dimana tergambar dari sikap positif dan kebiasaan membeli kembali oleh konsumen tersebut dan tidak berubah pada waktu yang berjangka lama. Menurut Kotler & Keller (2016:164), terdapat tiga hal dalam loyalitas konsumen, yakni: retention (kekebalan atau ketahanan dari produk pesaing), repeat purchase (kembali melakukan pembelian produk atau jasa melalui perusahaan serta pelayanan yang sama), referrals (mempromosikan ataupun memberi rekomendasi produk atau jasa perusahaan kepada individu lainnya).

3. Metode Penelitian

Metode pendekatan kuantitatif kausalitas digunakan pada penelitian ini. Teknik analisis data statistik deskriptif dan kausal dilakukan pada penelitian ini. Variabel operasional yang digunakan terdiri dari variabel independen, variabel intervening, dan variabel dependen secara berurutan yakni kualitas pelayanan (X), kepuasan konsumen (Z), loyalitas konsumen (Y). Skala likert digunakan sebagai skala pengukuran. Sekumpulan orang yang pernah melakukan transaksi menggunakan jasa agen BRILink di Kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat merupakan populasi yang diteliti, dimana diketahui berjumlah lebih kurang 6332 orang. Teknik Non-Probability Sampling jenis Purposive Sampling dilakukan untuk

mendapatkan 400 sampel responden dengan kriteria pernah menggunakan dan tinggal di kecamatan Suliki. Analisis jalur (path analysis) merupakan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian karena untuk melihat bagaimana hubungan kausalitas antar variabel yakni kualitas pelayanan berperan dalam memengaruhi loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan. Menurut Suliyanto (2018:318) analisis ini dimanfaatkan guna melakukan pengujian besarnya kontribusi atau keterlibatan variabel independen terhadap variabel dependen, baik sumbangan tidak langsung ataupun langsung melalui variabel lain).

4. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Kuesioner yang disebarkan pada 400 responden mendapatkan hasil dengan karakteristik jenis kelamin perempuan menjadi mayoritas dimana ada sebanyak 264 orang atau sebesar 66%, selanjutnya mayoritas pengguna BRILink kecamatan Suliki mempunyai karakteristik berusia 24- 30 tahun yaitu sebanyak 120 orang atau sebesar 30%, selanjutnya berdasarkan karakteristik pekerjaan mayoritas pengguna BRILink kecamatan Suliki memiliki pekerjaan sebagai pedagang yaitu sebanyak 144 orang atau sebesar 36%, dan karakteristik yang terakhir adalah mayoritas pengguna BRILink kecamatan Suliki telah menjadi nasabah > 3 tahun yaitu sebanyak 220 orang atau sebesar 55%.

Analisis Deskriptif

Dari hasil data didapatkan analisis deskriptif, secara keseluruhan kualitas pelayanan pada BRILink dalam kategori baik dimana mendapatkan perolehan skor 80,36%, secara keseluruhan variabel kepuasan konsumen pada BRILink dalam kategori baik dimana mendapatkan perolehan skor 82,42% dan secara keseluruhan loyalitas konsumen pada BRILink dalam kategori baik yang mana mendapatkan skor 80,31%.

Uji Normalitas

Dari hasil data uji normalitas (terlihat pada tabel 2) didapat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,184 yang menunjukkan diatas atau lebih besar dari signifikansi yakni 0,05, sehingga menandakan bahwa variabel residual berdistribusi normal, dengan itu data

dari variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan berdistribusi normal.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Teknik ini dimanfaatkan guna melakukan analisis terhadap pola hubungan di antara variabel, sehingga persamaan struktural penelitian ini adalah:

$$Z = \rho ZX + \rho \epsilon 1 \text{ (Sub-Struktur 1).}$$

$$Y = \rho YX + \rho YZ + \rho \epsilon 2 \text{ (Sub-Struktur 2).}$$

Dari hasil data yang didapatkan pada uji t untuk Persamaan Sub-Struktur 1, variabel kualitas pelayanan secara parsial berperan dan signifikan dalam memengaruhi kepuasan konsumen pada pengguna BRILink di Kecamatan Suliki. Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan hasil uji t (terlihat dalam tabel 3) di mana nilai t hitung diatas nilai t tabel ($15,709 > 1,962$) dan nilai signifikansi dibawah tingkat ketelitian yakni ($0,000 < 0,05$). Sementara nilai besaran pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen terlihat dari perolehan koefisien determinasi (terlihat dalam tabel 4), yaitu 38,3% dan sisanya 61,7% merupakan besaran pengaruh dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dari hasil data yang didapatkan pada uji F untuk Persamaan Sub-Struktur 2, variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara simultan berperan dan signifikan dalam memengaruhi loyalitas konsumen pada pengguna BRILink di Kecamatan Suliki. Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan hasil data uji F (terlihat dalam tabel 5) yang mana nilai F hitung diatas F tabel ($194,250 > 2,60$) dan nilai signifikansi dibawah tingkat ketelitian yakni ($0,000 < 0,05$). Sementara nilai besaran pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen terlihat dari perolehan koefisien determinasi (terlihat dalam tabel 6) yakni 49,5% dan sisanya 50,5% merupakan besaran pengaruh dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dari hasil data yang didapatkan pada uji t untuk Persamaan Sub-Struktur 2, variabel kualitas pelayanan secara parsial berperan dan signifikan dalam memengaruhi loyalitas konsumen pada Pengguna BRILink di Kecamatan Suliki. Hal tersebut terlihat dalam hasil perolehan uji t (terlihat dalam tabel 7) dimana nilai t hitung diatas nilai t tabel ($5,212$

$> 1,962$) dan nilai signifikansi dibawah tingkat ketelitian yakni ($0,000 < 0,05$) dan besaran pengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas konsumen (terlihat dalam tabel 8.) yakni sebesar 0,134 dan sisanya 0,866 dipengaruhi oleh variabel lain. Sementara itu, variabel kepuasan konsumen secara parsial berperan dan signifikan dalam memengaruhi loyalitas konsumen, hal tersebut dapat dilihat dari perolehan hasil uji t (terlihat dalam tabel 7) dimana nilai t hitung diatas nilai t tabel yakni ($11,711 > 1,962$) dan nilai signifikansi dibawah tingkat ketelitian yakni ($0,000 < 0,05$) dan besaran pengaruh secara parsial yang diberikan variabel kepuasan konsumen terhadap variabel loyalitas konsumen (terlihat dalam tabel 8) yakni sebesar 0,361 dan sisanya 0,639 dipengaruhi oleh variabel lain.

Dari hasil data perhitungan Koefisien Jalur (terlihat dalam tabel 9), variabel kepuasan konsumen berperan dan signifikan memengaruhi loyalitas konsumen dan besaran pengaruhnya adalah 0,283. Sementara itu, besaran pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen (terlihat dalam tabel 9) yakni sebesar 0,566.

5. Kesimpulan

Dari hasil analisis data penelitian yang telah penulis lakukan pada pengujian peranan kualitas pelayanan dalam memengaruhi loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai mediasi pada pengguna BRILink Kecamatan Suliki maka diperoleh kesimpulan kualitas pelayanan mempunyai peranan yang signifikan dalam memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen, kepuasan mempunyai peranan yang signifikan dalam memengaruhi loyalitas, kualitas pelayanan secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen dapat berperan memengaruhi loyalitas, dan kepuasan konsumen berperan memediasi kualitas pelayanan dalam memengaruhi loyalitas pada pengguna BRILink Kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat.

REFERENSI

- Anita, G. (2019). Analisis Implementasi Pengembangan Agen Brilink Dalam

- Mendukung Perekonomian Masyarakat. *Skripsi*.
- Idealisa Masyrafina, D. M. (2017, Maret 06). BRI Targetkan Miliki 135 Ribu Agen BRILink Tahun Ini. Diambil kembali dari republika.co.id:
<https://www.republika.co.id/berita/omdmv-k368/bri-targetkan-miliki-135-ribu-agen-brilink-tahun-ini>
- Ihsan, K. (2018). Inklusi Keuangan dan Kemiskinan di Indonesia. *Skripsi*, 2.
- Isra, J. M., & Trenggana, A. F. M. (2017). Keluhan Terhadap Taksi Konvensional. *Administrasi Bisnis*, 4(3), 2922-2929.
<https://libraryproceeding.telkomuniversit y.ac.id/index.php/management/article/view/480>
- Khanan. (2016). Aspek Yuridis Keberadaan Agen Dalam Model Branchless Banking Di Sistem perbankan Indonesia. *Privat Law*, Vol.IV(1 Januari-Juni 2016), 13–20.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi* Volume, 7(2), 113–125.
- Padek. (2021, Juli 7). BRI Kanwil Padang Gelar Regional Economic Forum bersama OJK. padek.jawapos.com.
<https://padek.jawapos.com/bisnis/07/07/2021/bri-kanwil-padang-gelar-regional-economic-forum-bersama-ojk/>
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Alfabeta.
- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *JMB (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 1(1).
<https://doi.org/10.30743/magister.v1i1.1607>
- Suheriadi. (2018). BRI Terus Bertransformasi Menjangkau Nasabah Hingga Pelosok. *Infobanknews*.
<https://infobanknews.com/topnews/bri-terus-bertransformasi-menjangkau-nasabah-hingga-pelosok/amp/>
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.