

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA UNIT PENGELOLA KEGIATAN (UPK) KECAMATAN
MAYONG TAHUN 2021**

Annas Adhaidah¹, Dyah Kusumawati²

Ilmu Administrasi Niaga, Universitas Sultan Fatah Demak

Abstract

Customer loyalty is a valuable asset for any company, and it can be developed through strong relationships and improved service quality. This study aims to examine the effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable at the Activity Management Unit (UPK) of Mayong Subdistrict for the period 2019–2021. This research uses a quantitative approach with a survey method, collecting data through questionnaires from 100 respondents. The data were analyzed using path analysis.

The results indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 2.165 and a significance level of 0.033 (< 0.05), and a direct effect of 0.559. Customer satisfaction also positively affects customer loyalty, with a t-value of 7.014 and a significance level of 0.000 (< 0.05), and a direct effect of 0.598. Furthermore, satisfaction mediates the relationship between service quality and customer loyalty, where the indirect effect (0.334) is greater than the direct effect (0.185).

The study suggests that UPK Mayong should enhance its service quality by improving infrastructure, providing fast and friendly service, being responsive to complaints, and upgrading staff skills through training.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

Abstrak

Loyalitas nasabah merupakan aset penting bagi perusahaan, sehingga perlu dibangun melalui hubungan yang baik dan peningkatan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Kecamatan

Mayong tahun 2019-2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melalui kuesioner yang disebarikan kepada 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai thitung 2,165 dan signifikansi 0,033 ($< 0,05$), serta pengaruh langsung sebesar 0,559. Kepuasan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, dengan thitung 7,014 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), serta pengaruh langsung sebesar 0,598. Selain itu, kepuasan terbukti memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah, dengan pengaruh tidak langsung (0,334) lebih besar daripada pengaruh langsung (0,185).

Penelitian ini menyarankan agar UPK Kecamatan Mayong meningkatkan kualitas pelayanan melalui perbaikan sarana prasarana, pelayanan yang cepat dan ramah, respons terhadap keluhan, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan.

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

A. Pendahuluan

Meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan, membuat lembaga keuangan berlomba-lomba meningkatkan pelayanan dan kinerja secara optimal. Beberapa faktor tersebut antara lain dapat dilihat dari tingkat bunga yang ditawarkan lembaga keuangan kepada masyarakat, tingkat kenyamanan yang dirasakan konsumen atau masyarakat dalam hal pelayanan nasabah, juga mengenai kemudahan dalam memperoleh pinjaman.

Faktor - faktor tersebut menjadi dasar pertimbangan masyarakat dalam memilih jasa lembaga keuangan, baik

secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk loyalitas nasabah terhadap lembaga keuangan yang digunakan untuk dipercayainya.

Konsumen dalam menentukan tingkat kepuasan sering kali melihat kelebihan-kelebihan dari lembaga keuangan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen tersebut akan loyal terhadap lembaga keuangan tersebut. Oleh karena itu lembaga keuangan harus terus meningkatkan pelayanannya agar bisa menarik konsumen agar terus loyal terhadap lembaga keuangan tersebut.

Loyalitas nasabah ini tentu saja sangat menguntungkan lembaga keuangan, diantaranya nasabah yang loyal merupakan sebuah aset dari perusahaan. Dalam hal menarik minat anggota baru, karena nasabah yang loyal akan merekomendasikan lembaga keuangan yang disukainya kepada orang - orang terdekat.

Berbagai cara dilakukan oleh Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Kecamatan Mayong dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabahnya. Diantara upaya yang dilakukan antara lain dengan meningkatkan fasilitas pelayanan di kantor, dengan didukung oleh tenaga profesional yang berpengalaman dalam bidangnya.

Dari hasil wawancara singkat kepada beberapa nasabah Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Kecamatan Mayong yang semuanya merupakan perempuan. Karena sesuai dengan nama produk yaitu Simpan Pinjam Kelompok Perempuan tentang kualitas pelayanan mengatakan bahwa saat tanggal puncak angsuran yaitu antara tanggal 13 sampai tanggal 15 terjadi keterlambatan pelayanan karena banyaknya nasabah

yang melakukan pembayaran angsuran. Selain itu nasabah juga mengeluhkan lamanya proses pengajuan baru yang harus melewati beberapa tahapan prosedur dari UPK Mayong, sehingga membuat proses pengajuan menjadi lama. Keluhan lain juga disampaikan nasabah UPK Mayong tentang banyaknya syarat pengajuan pinjaman

Skripsi Aris Irnanda (2016), yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)". Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan berbagai pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa penting bagi UPK Kecamatan Mayong untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan demi menciptakan kepuasan nasabah yang berujung pada loyalitas jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah, serta menggali sejauh mana kepuasan dapat menjadi variabel intervening antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah di UPK Kecamatan Mayong. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah, sekaligus memberikan masukan bagi pihak UPK dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanannya secara berkelanjutan.

B. Tinjauan Pustaka

Menurut Kotler dan Keller (2011:6) dalam buku Manajemen Pemasaran edisi 13, manajemen pemasaran diartikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang umum.

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan .

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan .

Menurut Kotler dan Keller (2016:138), Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

C. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian

survey dan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel dengan syarat-syarat tertentu.

Pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis jalur. Pengujian dilakukan dengan bantuan software SPSS.

D. Pembahasan

Tabel 1.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

NO	Umur	Frekuensi	Prosentase
1	20-30 tahun	10	10%
2	31-40 tahun	49	49%
3	41-50 tahun	26	26%
4	51-60 tahun	15	15%
TOTAL		100	100%

Sumber: Data primer 2022

Dari tabel 1.1 sebagian besar responden berumur 31 - 40 tahun sebanyak 49 orang dalam prosentasi sebesar 49%. Selanjutnya responden yang berumur 41 - 50 tahun berjumlah 26 orang atau 26%, responden yang berumur 51 - 60 tahun berjumlah 15 orang 15 %. Responden yang berumur 20 - 30 tahun sebanyak 10 orang atau bila diprosentasikan 10 %.

Tabel 1.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat atau Domisili

NO	Desa	Frekuensi	Prosentase
1	Bandung	5	5%
2	Datar	6	6%
3	Jebol	2	2%
4	Kuanyar	6	6%
5	Mayong Kidul	8	8%
6	Mayong Lor	6	6%
7	Pelemkerep	7	7%
8	Sengonbugel	10	10%
9	Singorojo	14	14%
10	Tigajuru	34	34%
11	Pelang	2	2%
TOTAL		100	100%

Sumber : Data primer 2022

Berdasarkan tabel 1.2 sebagian besar responden beralamatkan dari desa Tigajuru sebanyak 34 orang dalam prosentase sebesar 34%, kedua desa Singorojo sebanyak 14 orang dalam prosentase sebesar 14%, ketiga desa Sengonbugel 10 orang atau 10%, dari desa Mayong Kidul, Pelemkerep, Mayong Lor, Datar, Bandung, Jebol dan yang terakhir dari Pelang.

Tabel 1.3

Korelasi Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan (Z)

Correlations		Kualitas Pelayanan	Kepuasan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.559**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan	Pearson Correlation	.559**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.559**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan	Pearson Correlation	.559**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Sumber: Data Primer 2022

Berdasarkan tabel diatas, besarnya koefisien korelasi (r) antara Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan (Z) adalah sebesar 0.559. Hal ini menunjukkan hubungan antar variabel dengan derajat hubungan korelasi sedang dan positif. Sedangkan nilai signifikansi $0,033 < 0,05$

Tabel 4. 1
Coefficients Sub-Struktur 2

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.480	.768		.057
	Kualitas Pelayanan	.068	.032	.185	.033
	Kepuasan	.440	.063	.598	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data Primer 2022

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui Kualitas Pelayanan (X) dapat mempengaruhi tingkat Kepuasan Nasabah

(Z) secara positif dan signifikan. Kualitas Pelayanan (X) melalui Kepuasan Nasabah (Z) terbukti mempengaruhi tingkat Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 51,5% secara positif dan signifikan. Setelah dilakukan uji pengaruh secara simultan tersebut, kemudian dilakukan uji pengaruh secara individual dan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X) berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan (Z).

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, kualitas pelayanan berkontribusi sebesar $0,559^2 \times 100\% = 31,24\%$ dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kualitas pelayanan dapat mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah secara signifikan.

2. Kepuasan Nasabah (Z) berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas (Y).

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, kepuasan nasabah berkontribusi sebesar $0,598^2 \times 100\% = 35,58\%$ dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kepuasan nasabah dapat mempengaruhi peningkatan loyalitas nasabah secara signifikan.

3. Kualitas Pelayanan (X) berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas (Y)

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, kualitas pelayanan berkontribusi sebesar $0,185^2 \times 100\% = 3,367\%$ dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kualitas pelayanan dapat

mempengaruhi peningkatan loyalitas nasabah secara signifikan.

E. Kesimpulan

1. Simpulan

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

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 2,165 dengan tingkat signifikansi $0,033 < 0,05$ dan pengaruh langsung sebesar 0,559, artinya kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.
- b. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 7,014 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan pengaruh langsung sebesar 0,598, artinya jika nasabah puas, maka akan mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah.
- c. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening di Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Kecamatan Mayong. Hal ini dibuktikan dengan pengaruh langsung sebesar 0,185 dan yang lebih kecil dari pengaruh tidak langsung sebesar 0,334, artinya kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah yang akan diiringi dengan peningkatan loyalitas.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

- a. Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Kecamatan Mayong tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang

dimiliki, dengan meningkatkan fasilitas pelayanan berupa sarana prasarana pendukung pelayanan nasabah di kantor, karena dalam penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

- b. Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Kecamatan Mayong harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara pelayanan yang cepat, tepat, ramah dan proses cepat dan tidak berbelit belit untuk pengajuan pinjaman.
- c. Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Kecamatan Mayong harus memberikan tanggapan dengan cepat, memberikan apresiasi terhadap nasabah lama dengan memberikan ucapan terimakasih, memberikan hadiah atau bingkisan serta menjaga komunikasi dengan baik.
- d. Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Kecamatan Mayong perlu meningkatkan kapasitas personilnya dengan memberikan pelatihan dan ketrampilan sesuai dengan devisi masing – masing agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Daftar Pustaka

- Adhe Lina Riananda.2019 " Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo". Skripsi.Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Kotler Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran edisi 13*. Jakarta: Erlangga

Kotler Philip dan Keller, K.L.2012.*Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management Edisi ke 15*. Jakarta: Penerbit Pearson Education Limited.