

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STRATEGI
PEMASARAN PRODUK TABUNGAN TERHADAP LOYALITAS
NASABAH
PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM SUNARI JAYA
KLUNGKUNG**

Oleh :
Ni Wayan Mariati

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and marketing strategies partially or simultaneously on customer loyalty in the Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung. The number of samples was determined by a simple random sampling method of 89 customer. Analysis data used are instrument test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, determination. Significant test F-test and significant test t-test. The results of this study indicate that service quality and marketing strategies for savings products partially or simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Marketing Strategies and Customer Loyalty.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran secara simultan maupun parsial terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung. Jumlah sampel ditentukan dengan metode *simple random sampling* sebanyak 89 orang nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung. Data analisis yang digunakan adalah uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, uji signifikan (F-test) dan uji signifikan (t-test). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan strategi pemasaran produk tabungan secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Loyalitas Nasabah.

I. PENDAHULUAN

Lupioyadi (2001:144) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten”. Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan Nasabah. Sehingga kualitas layanan yang baik serta kepuasan Nasabah tersebut dapat mempengaruhi intensitas kunjungan Nasabah pada kesempatan berikutnya pada badan usaha yang bersangkutan hal ini disebut dengan loyalitas Nasabah.

Selain pelayanan, strategi pemasaran terhadap produk tabungan juga sangat mempengaruhi loyalitas nasabah. Menurut Hurriyati (2005: 35) menyatakan bahwa loyalitas nasabah (*costomer loyalty*) merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan. Dalam pencapaian kesuksesan perusahaan, memilih dan merancang strategi pemasaran sangatlah penting dalam memenuhi kebutuhan

nasabah. Menurut Kotler (2012:72) strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk di pasar sasaran tertentu. Menurut Siregar (2004) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan dan strategi-strategi yang diambil perusahaan dalam pemasaran suatu produk atau jasa sangat mempengaruhi dan berdampak positif terhadap loyalitas konsumen terhadap perusahaan tersebut.

Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya merupakan salah satu lembaga keuangan yang ada di wilayah Kabupaten Klungkung, dalam usahanya juga menginginkan laba agar tujuan perusahaan tercapai. Namun semua itu tentunya dapat terealisasi dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang diberikan karyawan kepada nasabahnya. Dari masalah yang dihadapi oleh Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya menyebabkan banyak nasabahnya terutama nasabah tabungan mengalami penurunan setiap bulannya atau loyalitas nasabah kepada perusahaan menurun. Kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan nasabah seperti fasilitas, kecepatan pelayanan, kesabaran, pengetahuan tentang produk dan empati karyawan terhadap nasabah. Kurangnya strategi pemasaran khususnya tabungan masih kurang dalam hal promosi semua produk perusahaan, suku bunga yang ditawarkan, lokasi perusahaan dan media promosi yang digunakan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan terhadap Loyalitas Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung, untuk mengetahui pengaruh Strategi

Pemasaran Produk Tabungan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung, dan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014). Menurut Rahyuda, dkk. (2004) penelitian yang berbentuk asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010 : 117). Penelitian ini dilakukan pada nasabah Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung yang masih aktif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang aktif dan pasif di bulan Desember 2018 dari Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya sejumlah 445 orang. Jumlah sampel yang akan digunakan adalah 20% dari populasi yang ada yaitu $445 \times 20\% = 89$ orang nasabah. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan menggunakan metode *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel yang *simple* (sederhana) yang anggota sampel di ambil dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan Observasi, wawancara, studi dokumentasi dan kuesioner. Setiap jawaban kuesioner mempunyai bobot atau skor nilai dengan skala *Likert* sebagai berikut : SKB (sangat kurang baik) = skor 1, KB (kurang baik) = skor 2, CB (cukup baik)

= skor 3, B (baik) = skor 4 dan SB (sangat baik) = skor 5. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang terdiri dari: uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis determinasi, uji signifikansi simultan (F-test) dan uji signifikansi parsial (t-test).

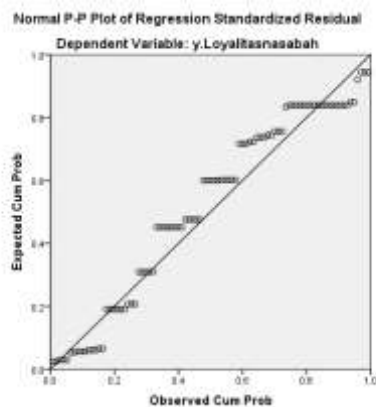
III. HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.

Gambar 1
Uji Normalitas



Sumber : Olah Data SPSS 22

Gambar 1 grafik normal Probability plot diatas menunjukkan data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4.10

Tabel 1
Uji Multikolinieritas

Model		Correlations
		VIF
1	(Constant)	
	X1	1.378
	X2	1.378

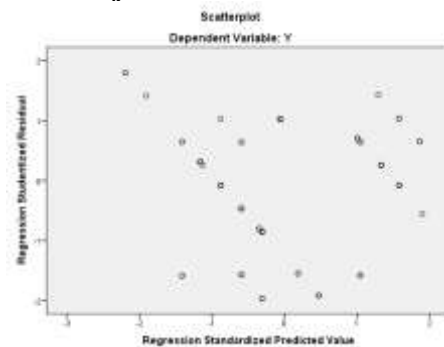
Sumber : Olah Data SPSS 22

Tabel 2 dapat diketahui bahwa VIF (*Varian inflation factor*) variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1) dan nilai VIF (*Varian inflation factor*) variabel Strategi Pemasaran (X2) adalah sebesar 1,378 berada diatas 0,10 dan dibawah nilai 10. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas satu dengan variabel bebas yang lain tidak terjadi multikolinieritas. Hal ini berarti dalam penelitian ini tidak ada hubungan linier antara variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1) dengan variabel bebas Strategi Pemasaran (X2).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi yang dihasilkan terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Olah Data SPSS 22

Gambar 2 di atas terlihat titik – titik menyebar secara acak, di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan di kiri maupun di kanan sumbu X. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi yang diperoleh layak dipakai.

Analisis regresi linier berganda

Pengaruh variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1) dan Strategi Pemasaran (X_2) dan variabel terikat Loyalitas Nasabah (Y) pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya.

Tabel 2
Hasil Rekapitulasi SPSS Regresi

Model		Unstand	t	Sig.
		ardized Coeffici ents		
		B		
1	(Con stant)	-.081	-.217	.829
	X1	.436	4.241	.000
	X2	.651	7.856	.000

Sumber : Olah Data SPSS 22

Tabel 2 diatas diperoleh nilai $a = -0,081$, nilai $b_1 = 0,436$ dan nilai $b_2 = 0,651$, maka persamaan regresi linear berganda akan menjadi sebagai berikut:

$$Y = -0,081 + 0,436X_1 + 0,651X_2.$$

Berdasarkan hasil persamaan ini, dapat dijelaskan pola pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Strategi Pemasaran (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) yaitu sebagai berikut :

- Nilai Konstanta (a) sebesar $-0,081$, artinya apabila kualitas pelayanan dan strategi pemasaran tidak ada atau nilainya 0, maka loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya nilainya tetap $-0,081$.
- Nilai koefisien b_1 sebesar $0,436$ menunjukkan apabila nilai Kualitas Pelayanan (X_1) semakin baik atau meningkat, maka rata-rata nilai Loyalitas Nasabah (Y) pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya meningkat sebesar $0,436$ dengan syarat nilai Strategi Pemasaran (X_2) nol atau konstan. Ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan2 (X_1) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

- Nilai koefisien b_2 sebesar $0,651$ menunjukkan apabila nilai Strategi Pemasaran (X_2) semakin baik atau meningkat, maka rata-rata nilai Loyalitas Nasabah nasabah (Y) pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya meningkat sebesar $0,651$ dengan syarat nilai Kualitas Pelayanan (X_1) nol atau konstan. Ini berarti bahwa Strategi Pemasaran (X_2) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah,

Analisis Determinasi

Untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh setiap variabel yang diteliti yaitu antara Kualitas Pelayanan (X_1), Strategi Pemasaran (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya, maka digunakan analisis determinasi. Adapun hasil SPSS nya disajikan pada Tabel 4.12 berikut:

Tabel 3
Data Rekapitulasi Determinasi

Mode	R	R Square
1	.805 ^a	.648

Sumber : Olah Data SPSS 22

Tabel 3 diatas diperoleh koefisien determinasi yang dilihat dari nilai $R Square$ sebesar $0,648$ atau sama dengan $64,8\%$, hal ini menunjukan bahwa variasi variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Strategi Pemasaran (X_2) mampu menjelaskan atau berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah sebesar $64,8\%$, sedangkan sisanya sebesar $35,2\%$ dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji Signifikan F-test

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui atau membuktikan pengaruh secara simultan yang diperoleh antara Kualitas Pelayanan (X_1), Strategi Pemasaran (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Koperasi

Simpan Pinjam Sunari Jaya memang benar atau hanya diperoleh dengan kebetulan saja.

Tabel 4
Hasil Rekapitulasi SPSS F-test

Model	F	Sig.
1 Regression	79.008	.000 ^b
Residual		
Total		

Sumber : Olah Data SPSS 22

Tabel 4 diperoleh F-hitung sebesar 79,008 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,10 dan signifikan F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,050 atau 5 % yang terletak pada daerah penolakan H_0 maka H_1 diterima, maka Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan nyata (*significant*) secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah. Berarti semakin baik Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya dan ini berarti hipotesis H_3 diterima.

Uji Signifikan t-test

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui atau membuktikan hubungan secara parsial antara Kualitas Pelayanan (X_1), Strategi Pemasaran (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya memang benar atau hanya diperoleh dengan kebetulan saja.

Tabel 5
Hasil Rekapitulasi SPSS t-test

Model	B	t	sig
1 (Constant)	-.081	-.217	.829
X1	.436	4.241	.000
X2	.651	7.856	.000

Sumber : Olah Data SPSS 22

Tabel 5 diperoleh t-hitung X_1 sebesar 4,241 lebih besar dari t-tabel sebesar 0,6773 dan nilai signifikan X_1 sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,050 atau 5 %

dan t-hitung berada pada daerah penolakan H_0 . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka Kualitas Pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Berarti semakin baik Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya dan ini berarti hipotesis H_1 diterima.

Tabel 5 diperoleh t-hitung X_2 sebesar 7,856 lebih besar dari t-tabel sebesar 0,6773 dan nilai signifikan X_2 sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,050 atau 5 % dan t-hitung berada pada daerah penolakan H_0 . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka Strategi Pemasaran (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Berarti semakin baik Strategi Pemasaran dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya dan ini berarti hipotesis H_2 diterima.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada BAB IV mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap loyalitas Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung , maka dapat disimpulkan bahwa :

Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan nyata (*significant*) secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya. Kualitas Pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya. Strategi Pemasaran (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya.

Saran-saran

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis ingin menyampaikan saran-saran sebagai berikut :

- a. Pimpinan pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung terus memberikan pelatihan atau pendidikan kepada karyawannya dan melengkapi fasilitas yang mendukung dalam peningkatan pelayanan kepada nasabah.
- b. Pimpinan pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung harus terus melakukan inovasi terbaru, tehnik dalam strategi pemasaran ataupun promosi dengan membentuk team khusus.
- c. Pimpinan pada Koperasi Simpan Pinjam Sunari Jaya Klungkung terus mengupayakan dalam peningkatan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran dan terus melakukan pendidikan dan pelatihan kepada karyawannya agar perusahaan bisa terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Huriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Milenium. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Rahyuda, Ketut dkk. 2004. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Siregar, Sofyan. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif dengan SPSS*. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
-;2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.