

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK BRI UNIT TASSILILU KECAMATAN SINJAI BARAT**

**Nurul Ainul Mukrima<sup>1</sup>, Syarifuddin Sulaiman<sup>2</sup>, Irwan Abdullah<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3)</sup> Universitas Muhammadiyah Makassar

*e-mail:* nurulainulmukrima@gmail.com<sup>1</sup>, syarif\_iman@unismuh.ac.id<sup>2</sup>, irwan.abdullah@unismuh.ac.id<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank dan loyalitas nasabah. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat di sektor perbankan, kualitas pelayanan menjadi faktor krusial dalam mempertahankan nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, melibatkan 87 responden yang merupakan nasabah Bank BRI Unit Tassililu. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur berbagai dimensi kualitas pelayanan, termasuk aspek fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Analisis data dilakukan dengan regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan karyawan terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan dalam kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar manajemen Bank BRI Unit Tassililu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan nasabah dan bersaing secara efektif di industri perbankan.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan Karyawan, Loyalitas Nasabah

### **Abstract**

This study aims to analyze the relationship between the quality of service provided by bank employees and customer loyalty. In the context of increasingly tight competition in the banking sector, service quality is a crucial factor in retaining customers. The research method used is quantitative with a survey approach, involving 87 respondents who are customers of Bank BRI Unit Tassililu. Data were collected through questionnaires that measure various dimensions of service quality, including physical aspects, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data analysis was carried out using simple linear regression to test the proposed hypothesis. The results of the study showed a significant positive effect between employee service quality and customer loyalty. This finding indicates that improvements in service quality can increase customer loyalty. Based on these results, it is recommended that the management of Bank BRI Unit Tassililu continue to strive to improve service quality to retain customers and compete effectively in the banking industry.

**Keywords:** Employee Service Quality, Customer Loyalty

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan perekonomian Indonesia khususnya pada sektor perbankan telah mengalami persaingan yang sangat ketat, ditandai dengan bentuk kreatifitas dan inovasi bersaing baik yang dilakukan oleh bank pemerintah maupun swasta dalam menarik nasabah. Hal ini terlihat dari maraknya setiap bank mendirikan kantor cabang baru dan munculnya produk-produk perbankan dengan berbagai atribut, kondisi seperti ini membuat nasabah lebih selektif dalam memilih bank untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Melihat semakin meningkatnya tingkat persaingan antar bank, bank semakin berlomba - lomba untuk mendapatkan nasabah dengan meningkatkan pelayanan dan kinerja secara optimal. Menurut Akbar dan Parvez (dalam Septiana, Artiningsih, and Hairudinor 2021). perusahaan saat ini harus menyadari perlunya belajar dan pemahaman berbagai kualitas pelayanan (contoh *switching cost*, kepercayaan, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan) dari loyalitas pelanggan yang mungkin membantu mereka untuk mengembangkan basis pelanggan setia. Persoalan kualitas dalam dunia bisnis kini sepertinya sudah menjadi "harga yang harus dibayar" oleh perusahaan agar ia dapat tetap survive dalam bisnisnya. Walaupun kualitas jasa lebih sulit didefinisikan dan dinilai dari pada kualitas produk, nasabah tetap akan memberikan penilaian terhadap kualitas jasa, dan bank perlu memahami bagaimana sebenarnya pengharapan nasabah sehingga bank dapat merancang jasa yang ditawarkan secara efektif. Dalam kompetisi bank dunia, pelayanan superior akan membawa mereka pada keuntungan. Kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam

kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan bank merupakan kinerja aktual bank yang diberikan kepada nasabahnya (Septiana, Artiningsih, and Hairudinor 2021).

Kualitas pelayanan adalah suatu faktor yang sangat berguna pada keberhasilan suatu perusahaan jasa sekarang ini, karena dalam masalah loyalitas pelanggan atau customer melalui kualitas pelayanan yang terbaik merupakan komitmen pada perusahaan/perbankan untuk mengorganisasikan bisnisnya. Loyalitas nasabah adalah berupa tujuan terakhir dari semua perusahaan asuransi karena hasil dari loyalitas ini akan bersifat jangka yang lama dan akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Menjadi perusahaan jasa dituntut untuk kerap mencermati kebutuhan dan kemauan pelanggan juga berupaya memenuhi harapannya. Akan tetapi pada kebenarannya, membentuk loyalitas tidaklah terbentuk tanpa persiapan. Kualitas pelayanan diperlukan untuk memberikan keinginan pada nasabah demi melindungi hubungan yang kuat bagi perusahaan. Sehingga loyalitas pelanggan terbentuk. Hal ini juga dapat menjadi petunjuk bagi pihak perusahaan supaya nasabah bisa percaya pada produk yang di promosikan dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut, perusahaan sangatlah mengandalkan kepuasan nasabah untuk menjamin kesuksesan dimasa yang akan datang. Kualitas pelayanan menunjukkan perbedaan antara kenyataan dan keinginan dari pelayanan yang diterima Hamdani dan Lupiyoadi (dalam Monica and Yusrizal 2023). Kualitas pelayanan yang baik mengarah pada kepuasan, karena kepuasan yang didapatkan adalah indikasi harapan pelanggan bagi pelayanan perusahaan. Layanan yang dianggap paling penting oleh konsumen (berupa, dalam hal kinerja) dapat menumbuhkan kepuasan, karena kepuasan yang dirasakan merupakan indikasi harapan konsumen terhadap layanan perusahaan Oktari et al. 2018 (dalam Monica and Yusrizal 2023). Pada pengamatan sebelum ini dari Sabrina 2015 (dalam Monica and Yusrizal 2023) memperlihatkan kalau kualitas pelayanan itu bisa berpengaruh positif dan signifikan bagi kepuasan konsumen. Ini sangat sesuai dalam penelitian Hasrina 2018 (dalam Monica and Yusrizal 2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan bagi kepuasan pelanggan. Kualitas mengacu pada serangkaian karakteristik dan fitur produk dan layanan yang memengaruhi kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dinyatakan maupun tersirat. Kualitas mengambil peranan penting bagi perusahaan, karena kemajuan perusahaan memperluas pasar dan pelanggan bergantung pada produksi produk atau jasa yang sesuai dengan kualitas yang diharapkan pelanggan. Layanan diberikan sebagai tindakan seseorang atau organisasi untuk mencapai kepuasan pelanggan. Tak bisa dipungkiri hampir semua jenis produk yang ditampilkan membutuhkan kerja karyawan perusahaan. Hanya saja tugas-tugas ini seringkali otomatis dan tidak langsung (Monica and Yusrizal 2023).

Meningkatnya tingkat persaingan antar bank saat ini membuat bank semakin berlomba-lomba untuk mendapatkan nasabah dengan cara meningkatkan pelayanan dan kinerja secara optimal. Peningkatan pelayanan dan kinerja tersebut tentunya diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah serta meningkatkan loyalitas dari nasabah sendiri. Dalam industri perbankan, Sabir 2014 (dalam Octavia 2019) Mengatakan bahwa persaingan bank yang kompetitif bisa meningkatkan keuntungan melalui penyediaan layanan yang superior kepada nasabah mereka. Elemen kunci dari kepuasan pelanggan adalah sifat hubungan antara pelanggan, penyedia produk dan layanan. Dengan demikian, baik produk dan kualitas layanan biasanya dicatat sebagai prasyarat penting untuk memuaskan pelanggan dan penahan dihargai. Mosahab et al. 2010 (dalam Octavia 2019) berpendapat bahwa kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan di Bank Sepah dan manajer bank harus secara bertahap berusaha untuk melampaui harapan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan Cronin et al. 1988 (dalam Octavia 2019) dibagi menjadi lima dimensi diantaranya *tangibles; reliability; responsiveness; assurance; empathy*. Cronin et al 1988 (dalam Octavia 2019) menyebutkan bahwa SERVQUAL dapat membantu Layanan dan Organisasi Pengecer dalam menilai harapan pelanggan dan persepsi Kualitas Layanan. Ini dapat fokus pada bidang inti di mana manajer perlu memperhatikan dan bertindak untuk meningkatkan Kualitas Layanan.

Menurut Akbar dan Parvez 2009 (dalam Octavia 2019) perusahaan saat ini harus menyadari perlunya belajar dan pemahaman berbagai kualitas pelayanan dari loyalitas pelanggan yang mungkin membantu mereka untuk mengembangkan basis pelanggan setia. Sebagaimana dinyatakan dalam literatur oleh Siddiqi (2011), Sabir et al. (2014) (dalam Octavia 2019) yang relevan pelayanan berkualitas tinggi membantu untuk menghasilkan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan pertumbuhan pangsa pasar dengan meminta pelanggan baru, dan meningkatkan produktivitas dan kinerja keuangan. Mosahab et al. 2010 (Dalam Octavia 2019) yang menemukan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan secara langsung. Jika proses kualitas pelayanan itu terjadi berulang-ulang, berkelanjutan dan dipupuk secara terus menerus maka akan

memberikan kepuasan pada pelanggan sesuai harapan. Kepuasan pelanggan adalah salah satu jenis respon (kognitif atau emosional). Untuk itu diperlukan upaya yang lebih dimana perusahaan melihat lebih jauh ke depan, tidak hanya sekedar memberikan kepuasan kepada pelanggan tetapi juga menciptakan pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan (Octavia 2019).

Salah satu fenomena yang muncul di Bank BRI Unit Tassililu adalah meningkatnya kompetisi antar lembaga perbankan di daerah tersebut, yang memberikan lebih banyak pilihan kepada nasabah. Keluhan mengenai antrian yang panjang, keterlambatan dalam penanganan transaksi, hingga ketidakpuasan terhadap sikap karyawan adalah masalah nyata yang dihadapi oleh nasabah. Permasalahan utama yang muncul dari fenomena ini adalah bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan karyawan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Penting untuk mengeksplorasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik (tangible) yang mungkin berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BRI Unit Tassililu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk menghadapi persaingan perbankan dan memastikan keberlanjutan hubungan yang baik antara bank dan nasabah.

Teori kualitas pelayanan merupakan salah satu konsep utama dalam bidang manajemen layanan yang berfokus pada bagaimana nasabah mengevaluasi pengalaman mereka dalam menerima suatu layanan. Salah satu pendekatan yang paling dikenal dalam mengukur kualitas pelayanan adalah model SERVQUAL. Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama kualitas pelayanan, yaitu tangibility (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Dimensi-dimensi ini digunakan untuk menilai sejauh mana pelayanan yang diberikan sesuai atau tidak dengan harapan pelanggan. Menurut teori ini, ketika kualitas pelayanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka mereka akan merasa puas dan lebih cenderung untuk menjadi pelanggan setia. Sebaliknya, jika pelayanan tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan mungkin akan merasa kecewa dan mencari alternatif lain. Teori kualitas pelayanan menekankan pentingnya peran interaksi langsung antara karyawan dengan nasabah dalam menciptakan pengalaman yang positif dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan solusi strategis yang dapat diterapkan oleh Bank BRI Unit Tassililu dalam memperbaiki kualitas pelayanannya, sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan mempertahankan posisinya di tengah persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan fenomena berdasarkan data yang diperoleh. Penelitian dilakukan di Bank BRI Unit Tassililu, Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan, selama dua bulan, yaitu Oktober hingga November 2024. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui observasi, kuesioner dengan skala Likert, dan dokumentasi. Populasi penelitian terdiri dari 650 nasabah, dengan sampel sebanyak 87 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kelonggaran 10%. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Analisis data meliputi analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Variabel Penelitian

#### Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 1. Tanggapan Responden Terkait Kualitas Pelayanan (X)

No.	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	X.KP1	47	38	1	1	0	87

2.	X.KP2	43	41	3	0	0	87
3.	X.KP3	44	35	6	2	0	87
4.	X.KP4	43	39	3	1	1	87
5.	X.KP5	42	37	5	3	0	87
6.	X.KP6	41	37	5	3	1	87
7.	X.KP7	45	33	5	4	0	87
8.	X.KP8	39	39	3	4	2	87
9.	X.KP9	44	31	9	2	1	87
10.	X.KP10	37	41	6	3	0	87
11.	X.KP11	45	31	7	3	1	87
12.	X.KP12	40	38	3	3	3	87
13.	X.KP13	48	30	6	3	0	87
14.	X.KP14	35	42	4	2	4	87
15.	X.KP15	48	32	4	3	15	87

Sumber: Data Primer Diolah tahun 2024

### Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Tabel 2. Tanggapan Responden Terkait Loyalitas Nasabah (Y)

No.	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Y.LN1	38	36	6	3	4	87
2.	Y.LN2	41	37	3	4	2	87
3.	Y.LN3	41	33	6	6	1	87
4.	Y.LN4	32	39	2	6	2	87
5.	Y.LN5	40	35	3	7	2	87
6.	Y.LN6	37	42	6	2	0	87
7.	Y.LN7	45	34	1	7	0	87
8.	Y.LN8	39	39	8	1	0	87
9.	Y.LN9	44	36	5	2	0	87

Sumber: Data Primer Diolah tahun 2024

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

#### Kualitas Layanan (X)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	X.KP1	0.440	0.210	Valid
2.	X.KP2	0.372	0.210	Valid
3.	X.KP3	0.469	0.210	Valid
4.	X.KP4	0.574	0.210	Valid
5.	X.KP5	0.757	0.210	Valid
6.	X.KP6	0.764	0.210	Valid
7.	X.KP7	0.766	0.210	Valid
8.	X.KP8	0.804	0.210	Valid
9.	X.KP9	0.790	0.210	Valid
10.	X.KP10	0.540	0.210	Valid
11.	X.KP11	0.812	0.210	Valid
12.	X.KP12	0.710	0.210	Valid
13.	X.KP13	0.778	0.210	Valid
14.	X.KP14	0.723	0.210	Valid
15.	X.KP15	0.700	0.210	Valid

Sumber: SPSS 26 tahun 2024

Tabel 3 menunjukkan seluruh instrumen valid untuk digunakan sebagai instrumen atau pernyataan untuk mengukur variabel kualitas layanan yang diteliti.

#### Loyalitas Nasabah (Y)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	Y.LN1	0.808	0.210	Valid
2.	Y.LN2	0.784	0.210	Valid
3.	Y.LN3	0.812	0.210	Valid
4.	Y.LN4	0.821	0.210	Valid
5.	Y.LN5	0.838	0.210	Valid
6.	Y.LN6	0.704	0.210	Valid
7.	Y.LN7	0.820	0.210	Valid
8.	Y.LN8	0.665	0.210	Valid
9.	Y.LN9	0.626	0.210	Valid

Sumber: SPSS 26 tahun 2024

Tabel 4 menunjukkan seluruh instrumen valid untuk digunakan sebagai instrumen atau pernyataan untuk mengukur variabel loyalitas nasabah yang diteliti.

#### Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Pelayanan (X)	<b>0,914</b>	<b>15</b>
Loyalitas Nasabah (Y)	<b>0,912</b>	<b>9</b>

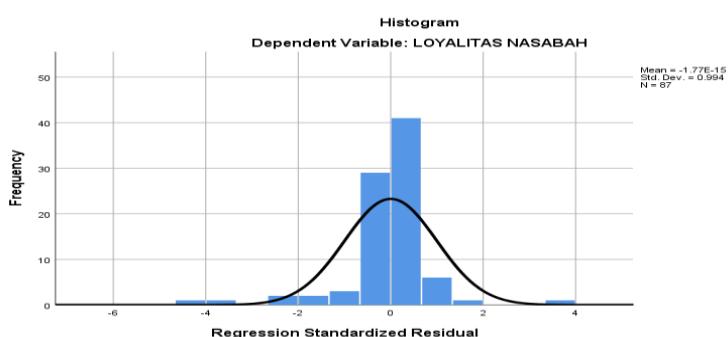
Sumber: SPSS 26 tahun 2024

Hasil output diatas menunjukkan Cronbach's Alpha variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar  $0,914 > 0,60$  dan Loyalitas Nasabah (Y)  $0,912 > 0,60$ . Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau konsisten.

#### Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Analisis normalitas adalah metode yang efektif untuk memeriksa apakah data mengikuti distribusi normal dengan melihat normal *probability plot*. Jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arahnya, atau jika histogram menunjukkan bentuk lonceng terbalik, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan hasil regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: SPSS 26 tahun 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas, histogram yang dihasilkan menunjukkan distribusi data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, atau membentuk pola lonceng terbalik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas.

#### Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>	
Model	Collinearity Statistics

		Tolerance	VIF
1	KUALITAS PELAYANAN	1.000	1.000

Sumber: SPSS 26 tahun 2024

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tolerance sebesar  $1,000 > 0.100$  dan nilai VIF sebesar  $1.000 < 10.00$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada data diatas.

#### Uji Autokorelasi

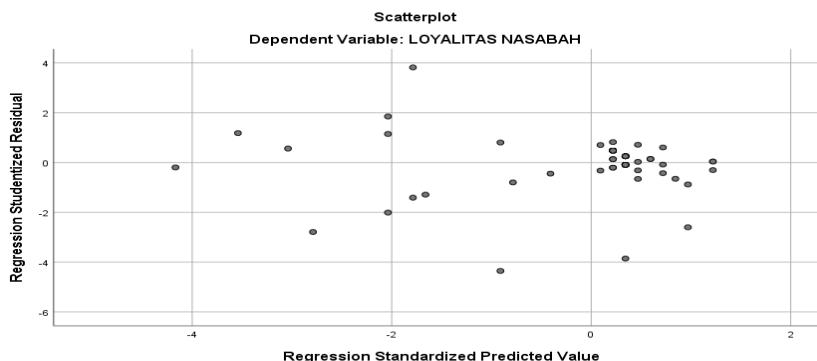
Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate	Durbin-Watson
1	0.874	0.764	0.762	2.94096	1.978

Sumber: SPSS 26 tahun 2024

Pada Tabel diatas, nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,978 , dengan jumlah sampel (n) 87 dan satu variabel independen ( $k=1$ ), menghasilkan nilai batas atas (du) sebesar 1,6745 . karena nilai DW 1,978 > dari du 1,6745 dan lebih < dari  $1 - 1,6745 = (-0,6745)$  , dapat disimpulkan bahwa DW berada di antara du dan 1 – du, yang berarti tidak ada gejala autokorelasi.

#### Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: SPSS 26 tahun 2024

Berdasarkan hasil uji *scatterplot* diatas, data dinyatakan lolos dalam uji heteroskedastisitas *scatterplot* karna sebaran data menyebar baik di atas maupun di bawah sumbu 0.

#### Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients				t	Sig.		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta				
	B	Std. Error						
1 (Constand)	-4.595	2.612			-1.759	0.082		
KUALITAS PELAYANAN	0.660	0.040	0.874	0.874	16.604	0.000		

a. Dependent Variabel: LOYALITAS NASABAH

Sumber: SPSS 26 tahun 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = (-4,595) + 0.660X$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) sebesar -4,595 menunjukkan nilai partisipan tetap adalah -4,595. Konstanta negatif dalam penelitian ini muncul karena model regresi sederhana menunjukkan nilai teoritis variabel dependen (loyalitas nasabah) ketika variabel independen (kualitas pelayanan) bernilai nol.

- 2) Koefisien regresi untuk Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0.660 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan 1% dalam nilai Kualitas Pelayanan akan meningkatkan nilai partisipasi sebesar 0.660. Koefisien regresi positif ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) bersifat positif.
- 3) Berdasarkan nilai signifikansi 0.000 yang lebih < dari 0.05, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

#### **Uji Hipotesis**

#### **Uji Parsial (Uji t)**

Berdasarkan hasil tabel 8, nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 16,604 yang lebih > dari 1,663, serta nilai signifikan 0,000 yang lebih < dari 0.05. hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

#### **Uji Koefisiensi Determinasi (R2)**

Tabel 8 menunjukkan nilai korelasi ( $R$ )= 0,847 yang menghasilkan koefisien determinasi ( $R^2$ )= 0,764 . Hal ini berarti bahwa variabel dependen (Loyalitas Nasabah) dipengaruhi oleh variabel independen (Kualitas Pelayanan) sebesar 76,4%.

#### **Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Unit Tassililu. Penelitian ini terdiri dari 87 responden dengan 24 item yang terdiri dari 2 variabel. Variabel independen yang merupakan variabel kualitas pelayanan terdiri dari 15 item dan variabel dependen yang merupakan variabel loyalitas nasabah terdiri dari 9 item. Item item tersebut selanjutnya diuji oleh penulis menggunakan SPSS 26 tahun 2024. Penulis Mendapatkan Hasil dari uji Parsial nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 16,604 yang lebih > dari 1,663, serta nilai signifikan 0,000 yang lebih < dari 0.05. hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dari semua hasil uji statistik tersebut mendapatkan kesimpulan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Maka dari itu, penting bagi suatu perusahaan perbankan, khususnya Bank BRI Unit Tassililu untuk memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin agar nasabah bersedia untuk menggunakan fasilitas dan produk layanan yang ada pada Bank BRI Unit Tassililu. Pelayanan yang baik merupakan sebuah impian bagi semua nasabah. Dengan pelayanan yang baik, nasabah akan terus konsisten menggunakan fasilitas dan produk layanan Bank BRI Unit Tassililu. Sebaliknya, apabila nasabah mendapatkan pelayanan yang buruk, nasabah akan kecewa dan bahkan mendapatkan citra yang buruk bagi Bank BRI Unit Tassililu.

Jika pegawai Bank BRI Unit Tassililu memberikan fasilitas dan pelayanan yang baik, maka akan menimbulkan rasa kepercayaan nasabah yang kemudian terdorong untuk merekomendasikan kepada orang lain agar menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Hal ini menjadi sebuah keuntungan bagi Bank BRI Unit Tassililu karena dengan nasabah yang loyal serta menimbulkan jumlah nasabah baru menjadikannya sebuah aset yang sangat berharga bagi Bank BRI Unit Tassililu itu sendiri. Apabila Bank BRI Unit Tassililu tersebut sudah mendapatkan nasabah yang loyal serta nasabah yang baru, Bank BRI Unit Tassililu dapat merencanakan sebuah strategi untuk mempertahankan nasabah tersebut, karena di zaman yang serba canggih dan modern ini serta banyaknya perusahaan perbankan lainnya, mempertahankan nasabah yang loyal sangat sulit dibandingkan dengan mencari nasabah baru. Dengan lokasi yang strategis memudahkan nasabah berkunjung ke Bank BRI Unit Tassililu untuk melakukan transaksi. Maka dari itu, Bank BRI Unit Tassililu selalu berkomitmen untuk memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik untuk menciptakan nasabah yang loyal yang akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan fasilitas Bank BRI Unit Tassililu karena memiliki kualitas pelayanan yang baik.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Akhamd Darma Putera, Juhriyansyah Dalle, dan Muhammad Rinduansyah Syafari 2021), yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah. Hal serupa juga diungkapkan, (Sri Ismulyati, Nurmaini, and May Roni 2022), yang menyimpulkan bahwa Terdapat Hubungan Yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Unit Tassililu. Penelitian ini menunjukkan bahwa setiap dimensi

kualitas pelayanan, *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*, berkontribusi secara positif dalam membentuk pengalaman nasabah yang memuaskan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka terhadap Bank.

## SARAN

Peneliti menyadari variabel independen dalam penelitian ini masih kurang bervariasi. Oleh sebab itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan agar meneliti variabel yang lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti citra merek (*brand image*), kepuasaan nasabah, dan penilaian nasabah (*perceived value*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Syamsul, Nur Aini Anisa, and Priyo Utomo. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ahass Daya Motor Surabaya." *Journal on Education* 5(3): 9629–36. doi:10.31004/joe.v5i3.1840.
- Astuti, P P, and A Irfan. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warkop 51 Daya Di Kota Makassar." *Jurnal Ekonomi Prioritas*: 119–27. <http://stim-lpi.ac.id/jurnal/index.php/prioritas/article/view/191%0Ahttp://stim-lpi.ac.id/jurnal/index.php/prioritas/article/download/191/197>.
- Dwi Wahyuni, Chusnul Rofiah,. 2017. "Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang." *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* 12(1): 69–82. doi:10.26533/eksis.v12i1.84.
- Ermini, Suryati, Muhammad Najib, and Dina Sri Nindiatyi. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 20(1): 36–51. doi:10.31851/jmwe.v20i1.9814.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari1, 2019. 2019. "1 + 0,374." : 57–93.
- Herman, H, R Ramli, and ... 2023. "Pengaruh Marketing Mix Dan Self Service Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Muamalat Kantor Cabang Mamuju." *SEIKO: Journal of ...* 6(2): 326–33. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/6037%0Ahttps://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/6037/4034>.
- Ismulyaty, Sri, Nurmaini, and May Roni. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)." *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah* 8(1): 66–75. doi:10.30997/jn.v8i1.6117.
- Manalu, Titi Rosarina, Winarto, and Kristanty Nadapdap. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT.ORINDOALAMAYUMEDAN." *Jurnal Ilmiah Methonomi* 5(1): 57–66.
- Mirani, Kurnia Putri, Aniela Nania Margareth, Nila Cahyarani, Agus Maulana, Universitas Pembangunan, Nasional " Veteran, and " Jakarta. 2021. "Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi." *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 5(2): 193–204. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/index>.
- Monica, Aulia, and Yusrizal Yusrizal. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT Prudential Syariah Binjai." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4(4): 1137–46. doi:10.47467/elmal.v4i5.2587.
- Octavia, Ria. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13(1): 35–39. doi:10.9744/pemasaran.13.1.35-39.
- Putera, Ahmad Darma, Juhriyansyah Dalle, and Muhammad Riduansyah Syafari. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Penabung Aktif Pt Bank Bukopin Cabang Banjarmasin." *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* 10(2): 1. doi:10.20527/jbp.v10i2.10952.
- Rahmadi, Rahmadi. 2017. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Salbutamol Nebules." *Monex Journal Research Accounting Politeknik Tegal* 6(2). doi:10.30591/monex.v6i2.601.

- Santina, R O, F Hayati, and R Oktariana. 2021. "Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* ... 2(1): 1–13. file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf.
- Santoso, Joko Bagio. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16(01): 127–46. doi:10.36406/jam.v16i01.271.
- Satria, Fiqri, and Diah Astarini. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah." *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3(1): 1911–24. doi:10.25105/jet.v3i1.16124.
- Septiana, Nadia Mauliditta, Dwi Wahyu Artiningsih, and Hairudinor Hairudinor. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Pt Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera)." *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* 10(2): 24. doi:10.20527/jbp.v10i2.10955.
- Siagian, S. P. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sony, Mohammad, and Zakiyuddin Arif. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian." *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 8(2): 472–81.
- Sugiarsih Duki Saputri, Rini. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang." *CoverAge: Journal of Strategic Communication* 10(1): 46–53. doi:10.35814/coverage.v10i1.1232.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Tamal, Akrisia Jaya, and Siska Febrianti. 2022. "Analisis Manajemen Strategi Bank Muamalat Indonesia Mempertahankan Loyalitas Nasabah Di Kota Solok Provinsi Sumatera Barat." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3(4): 2275–82.
- Tumbel, Altje. 2016. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan Influences of Trust and Satisfaction To Customer Loyalty At Pt. Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat, Amurang, Kabupaten Mi." *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* 3(1): 64–79.
- Ulfa, Mailani, and Riri Mayliza. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pdam Kota Padang." *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi*: 1–16.
- Zulkarnain, Rizal, Her Taufik, and Agus David Ramdansyah. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*: 1–24.