

Pada Perusda Pau Pedaringan Surakarta

Ridwan¹⁾, Purwito Kesdu. AC²⁾

Mahasiswa Magister Manajemen¹⁾ Dosen STIE AUB Surakarta

Email: ridwanmila@gmail.com , purwito.aub@gmail.com

Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah menguji pengaruh ketanggapan, bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah Perusda PAU Pedaringan Surakarta. Penelitian ini merupakan penelitian survai. Data yang digunakan adalah data primer dengan mengambil sampel nasabah Perusda PAU Pedaringan Surakarta sebanyak 100 responden. Metode analisa data diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji partial (uji t), uji serempak (uji F), uji R square dan uji analisa jalur.

Hasil uji t sebagai berikut : ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, bukti fisik dan keandalan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ketanggapan, jaminan, empati berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah, bukti fisik dan keandalan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji F dapat disimpulkan secara simultan variabel ketanggapan, bukti fisik, keandalan, jaminan, empati dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Perusda PAU Pedaringan Surakarta. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 0,886 artinya variabel loyalitas nasabah Perusda PAU Pedaringan Surakarta dijelaskan oleh variabel ketanggapan, bukti fisik, keandalan, jaminan, empati 88,6% dan sisanya 11,4 % dijelaskan variabel lain diluar model penelitian misal citra perusahaan, Pengaruh yang paling dominan dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah pengaruh langsung bukti fisik terhadap loyalitas nasabah Perusda PAU Pedaringan Surakarta. Penggunaan variabel intervening kepuasan nasabah dalam rangka peningkatan loyalitas nasabah untuk variabel bukti fisik adalah tidak efektif. Berdasarkan hasil total pengaruh untuk meningkatkan loyalitas nasabah akan lebih efektif apabila langsung meningkatkan bukti fisik tanpa peningkatan kepuasan nasabah

Kata Kunci : Bukti Fisik, Empati, Jaminan, Keandalan, Ketaggapan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of responsiveness, physical evidence, reliability, assurance and empathy on customer satisfaction and customer loyalty of Perusda PAU Pedaringan Surakarta. This research is a survey research. The data used are primary data by taking a sample of 100 respondents from Perusda PAU Pedaringan Surakarta. The data analysis method was tested by validity test, reliability test, partial test (t test), simultaneous test (F test), R square test and path analysis test.

The results of the t test are as follows: responsiveness, assurance and empathy have a positive and significant effect on customer satisfaction, physical evidence and reliability have a positive and insignificant effect on customer satisfaction. Responsiveness, assurance, empathy have a negative effect on customer loyalty, physical evidence and reliability have a positive effect on customer loyalty. The results of the F test can be concluded simultaneously that the variables of responsiveness, physical evidence, reliability, assurance, empathy and customer satisfaction together have a positive and significant effect on customer loyalty of Perusda PAU Pedaringan Surakarta. The coefficient of determination test results showed that the R square value of 0.886 means that the customer loyalty variable of Perusda PAU Pedaringan Surakarta is explained by the variables of responsiveness, physical evidence, reliability, assurance, empathy 88.6% and the remaining 11.4% is explained by other variables outside the research model such as image company, the most dominant influence in increasing customer loyalty is the direct effect of physical evidence on customer loyalty of Perusda PAU Pedaringan Surakarta. The use of customer satisfaction intervening variables in order to increase customer loyalty for physical evidence variables is not effective. Based on the results of the total influence to increase customer loyalty, it will be more effective if it directly increases physical evidence without increasing customer satisfaction

Keywords: Physical Evidence, Empathy, Guarantee, Reliability, Responsiveness, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Loyalitas Nasabah adalah hal yang sangat diharapkan oleh suatu perusahaan, karena banyaknya nasabah yang setia akan memperbesar dan memperkuat perusahaan tersebut. Loyalitas Nasabah sangatlah diperlukan dalam kelangsungan hidup perusahaan. Nasabah merupakan salah satu bagian terpenting dalam penyelenggaraan suatu perusahaan, tak terkecuali Perusda PAU Pedaringan Surakarta. Dalam bidang pergudangan peran nasabah sangatlah besar untuk menentukan baik atau tidaknya Perusahaan tersebut. Demikian juga untuk Perusda PAU Pedaringan Surakarta, besarnya nasabah merupakan tanda bahwa Perusahaan tersebut dapat dipercaya oleh masyarakat dan Perusahaan tersebut mempunyai citra yang baik.

Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah diperlukan ketanggpaan, bukti langsung, keandalan, jaminan, dan empati pegawai pergudangan kepada nasabahdalam memberikan kepuasan kepada nasabah yang pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas nasabah.

Menurut Dessler (2005: 212) tentang kepuasan kerja bahwa *Job satisfaction is an energy change in a person who is characterized by the on set of feelings and reactions toachieve the goal, that the needs-satisfaction-job actions or behavior-satisfaction goals and there is a strong relationship* (Kepuasan kerja merupakan suatu perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan, bahwa antara kebutuhan-kepuasan kerja-perbuatan atau tingkah laku-tujuan dan kepuasan ada hubungan yang kuat). Tiap perbuatan senantiasa berkat adanya dorongan kepuasan kerja. Timbulnya kepuasan nasabah disebabkan adanya sesuatu kebutuhan dan karenanya perbuatan tersebut terarah pada pencapaian tujuan tertentu. Jika tujuan telah tercapai maka akan merasa puas. Tingkah laku yang telah memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan cenderung untuk diulang kembali, sehingga menjadi lebih kuat dan lebih mantap.

Semakin besar kepuasan masyarakat akan menyebabkan makin besar pula loyalitas nasabah Perusda PAU Pedaringan Surakarta hal ini sejalan dengan penelitian dari Dinarty SH Manurung dan Siti Zahreni (2009), Stefany Ratna Sari T (2013), Roesdian Bayu Ardiyanto (2013), Ramadhan-Laily (2016), Fikri dkk (2016), Pamungkas-Baratha (2016), Cahyani-Rahanatha, yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan Kusuma Wijayanto (2015) menemukan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dimensi kualitas pelayanan pelanggan minimal mempunyai lima dimensi (Parasuraman, Zeithamal, Berry) dalam Aritonang, 2005: 24, yaitu: *Tangible* (wujud fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati).

Dengan kualifikasi pelayanan di atas, Perusda PAU Pedaringan Surakarta telah melaksanakan pelayanan pada nasabah yang meliputi :

- a.Penyediaan sarana dan prasarana yang memadai. Sarana prasarana yang diberikan meliputi tempat parkir, tempat istirahat yang memenuhi syarat.
- b.Meningkatkan kualifikasi karyawan dengan program pelatihan terutama dalam aspek pelayanan prima.
- c. Meningkatkan responsivitas terhadap keluhan nasabah
- d. Jaminan kualitas tempat dan kejelasan informasi
- e. Sikap dan perilaku karyawan yang simpatik dan santun pada nasabah.

Ketanggapan pemberi jasa terhadap konsumen akan sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen, ketanggapan yang dimaksud dalam tulisan ini adalah daya tanggap, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Semakin baik daya tanggap karyawan Perusda PAU Pedaringan Surakarta, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah yang tentunya akan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap Perusda PAU Pedaringan Surakarta, tidak canggung dan percaya terhadap Perusda PAU Pedaringan Surakarta. Hubungan antara ketanggapan dengan kepuasan konsumen dapat dilihat pada penelitian dari Ni Nyoman Yuliani dan Putu Riyasa (2007), Jumaedi (2002), Anis Wahyuningsih (2002), Dessilia Raharjo, Baharudin dan Farida Indriani (2012), Mulyaningsih-Suasana (2016), Al-Haqam dan Hamali (2016), Suryaatmaja dkk (2016), Kusuma Wijayanto (2015), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Heriza-Wartiningsih (2015), Sutrayoga-Pramudhana, Cahyani-Rahanatha yang mengatakan Ketanggapan (*Responsiveness*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian dari Pamungkas-Baratha (2016) menemukan bahwa ketanggapan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian Dharmayanti (2006), Destiana (2006), Karani (2019), Cahyani-Rahanatha, Suratno dkk (2016), Fikri dkk

(2016) yang membuktikan bahwa ketanggapan sebagai bagian dari kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan hasil penelitian Al-Haqam dan Hamali (2016), Kusuma Wijayanto (2016) membuktikan bahwa ketanggapan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Bukti langsung/wujud fisik (*tangibles*) dalam memberi layanan kepada nasabah juga sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap Perusda PAU Pedaringan Surakarta. *Tangibles* (bukti langsung) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi. Bukti Langsung (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti keadaan gedung, fasilitas restoran, desain restoran, dan kerapian penampilan karyawan. Semakin tinggi bukti fisik/bukti langsung perusahaan akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen, hal ini sejalan dengan temuan Mulyaningsih-Suasana (2016), Al-Haqam dan Hamali (2016), Suryaatmaja dkk (2016), Kusuma Wijayanto (2015), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Heriza-Wartiningsih (2015), Sutrayoga-Pramudhana, Cahyani-Rahanatha yang membuktikan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, tetapi tidak sesuai dengan penelitian Pamungkas-Baratha (2016), Nilasari-Istatin (2015) yang membuktikan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Bukti fisik juga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, semakin tinggi bukti fisik yang dirasakan konsumen akan semakin tinggi pula loyalitas konsumen terhadap perusahaan, hal ini dibuktikan oleh penelitian Semuel dan Nadya (2009), Alfian dan Nur (2016), Karani (2019), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Cahyani-Rahanatha, Kusuma Wijayanto (2015) yang menemukan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, tetapi tidak sejalan dengan hasil penelitian Al-Haqam dan Hamali (2016) yang menemukan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Faktor penting yang dibutuhkan untuk menciptakan kualitas pelayanan adalah kehandalan karyawan. Keandalan dalam penelitian ini adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. Keandalan (*reliability*) yakni kinerja harus sesuai dengan harapan anggota yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Faktor kehandalan karyawan dibutuhkan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan serta keterampilan karyawan dalam melayani konsumen atau dalam hal ini nasabah Perusda PAU Pedaringan Surakarta

Semakin besar keandalan karyawan pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta dalam melayani masyarakat akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas masyarakat, hal ini dapat dibuktikan dari penelitian Junaedi (2002), Wahyuningsih (2002), Dessilia Raharjo, Mulyaningsih-Suasana (2016), Al-Haqam dan Hamali (2016), Suryaatmaja dkk (2016), Kusuma Wijayanto (2015), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Heriza-Wartiningsih (2015), Sutrayoga-Pramudhana, Cahyani-Rahanatha yang menyatakan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian Pamungkas-Baratha (2016) membuktikan bahwa keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian Darma (2011), Destiana (2006) dan Dharmayanti (2006), Ramadhan-Laily, Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Cahyani-Rahanatha, Kusuma Wijayanto (2015) yang membuktikan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan hasil penelitian Al-Haqam dan Hamali (2016) menemukan bahwa keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Sebuah jasa kepastian menjadi hal yang penting untuk dapat diberikan kepada konsumennya, seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi dan kerahasiaan konsumen yang terjamin. Semakin tinggi jaminan yang diberikan perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen, hal ini sejalan dengan hasil penelitian Mulyaningsih-Suasana (2016), Al-Haqam dan Hamali (2016), Suryaatmaja dkk (2016), Kusuma Wijayanto (2015), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Heriza-Wartiningsih (2015), Sutrayoga-Pramudhana, Cahyani-Rahanatha, yang membuktikan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi tidak mendukung penelitian Ramadhani-Yuliati (2016) yang menyatakan bahwa jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Jaminan yang baik akan meningkatkan loyalitas konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian Semuel dan Nadya (2009), Mulyaningsih-Suasana (2016), Ramadhan-Laily (2016), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Cahyani-Rahanatha, Kusuma Wijayanto (2015) yang menemukan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, tetapi tidak sejalan dengan penelitian Al-Haqam dan Hamali (2016) yang menemukan bahwa jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Faktor lain yang mendukung kualitas pelayanan yang baik adalah empati karyawan. Empati yang dimaksudkan pada tulisan ini adalah kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Empati, meliputi syarat untuk peduli, memiliki pengertian dan pengetahuan tentang anggota, memahami kebutuhan anggota secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi anggota. Karyawan yang memiliki perhatian, kepedulian dan pengertian terhadap konsumen merupakan cikal bakal terciptanya kualitas pelayanan yang baik pada suatu perusahaan. Pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta, karyawan perlu memberikan perhatian dan pengertian pada apa saja yang dibutuhkan oleh para nasabah, agar nasabah dapat terlayani dengan baik. Semakin besar empati yang diberikan karyawan Perusda PAU Pedaringan Surakarta kepada masyarakat tentunya akan semakin meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap Perusda PAU Pedaringan Surakarta, hal ini dibuktikan dengan penelitian dari Ni Nyoman Yuliarni dan Putu Riyasa (2007), Indrawati (2011), Dessilia Raharjo, Mulyaningsih-Suasana (2016), Al-Haqam dan Hamali (2016), Suryaatmaja dkk (2016), Kusuma Wijayanto (2015), Suratno dkk (2016), Fikri Dkk (2016), Heriza-Wartiningsih (2015), Sutrayoga-Pramudhana, Cahyani-Rahanatha yang menyatakan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian Fiky (2010), Ramadhani-Yuliati (2016) tidak mendukung pernyataan tersebut dengan menyimpulkan bahwa empati berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Empati sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian Dharmayanti (2006), Destiana (2006), Kusuma Wijayanto (2015), Ramadhan-Laily (2016), Cahyani-Rahanatha, Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016) membuktikan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan penelitian Al-Haqam dan Hamali (2016) membuktikan bahwa empati tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan fenomena dan gap penelitian terdahulu maka judul penelitian ini “Peranan Kepuasan Nasabah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Perusda Pau Pedaringan Surakarta”

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian dengan sensus. Data yang digunakan adalah data primer dengan mengambil sampel dari sebagian populasi sebanyak 100 (seratus) responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas, analisa jalur, analisa regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Analisis regresi jalur adalah, analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.

Hubungan kausalitas akan digunakan analisis jalur dan intervening. Pada penelitian ini variabel kepuasan kerja ditempatkan sebagai variabel intervening untuk variabel kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kinerja.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) sebagai berikut:

$$Y_1 = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_1 \text{ (Persamaan I)}$$

$$Y_2 = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_2 \text{ (Persamaan II)}$$

HASIL PENELITIAN

Tabel IV.13
 Hasil analisis jalur persamaan I

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,833	1,403		,594	,554
	Ketanggapan	,240	,095	,251	2,532	,013
	Bukti Fisik	,038	,055	,072	,683	,496
	Keandalan	,167	,149	,124	1,120	,266
	Jaminan	,208	,084	,205	2,464	,016
	Empati	,419	,115	,332	3,632	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Tabel IV.14

Hasil analisis jalur persamaan 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,097	1,961		7,189	,000
	Ketanggapan	-,294	,137	-,241	-2,145	,035
	Bukti Fisik	,650	,077	,971	8,423	,000
	Keandalan	,090	,209	,052	,428	,670
	Jaminan	-,090	,121	-,070	-,743	,459
	Empati	-,380	,172	-,237	-2,215	,029
	Kepuasan Nasabah	,218	,144	,171	1,513	,134

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel IV.18
Hasil Uji F Persamaan II

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	474,715	6	79,119	26,656	,000 ^a
	Residual	276,035	93	2,968		
	Total	750,750	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Bukti Fisik, Jaminan, Empati, Ketanggapan, Keandalan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel IV.19
Uji Koefisien Determinasi Persamaan I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,831 ^a	,691	,674	1,235

a. Predictors: (Constant), Empati, Ketanggapan, Jaminan, Bukti Fisik, Keandalan

Tabel IV.20
Uji Koefisien Determinasi Persamaan II

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,795 ^a	,632	,609	1,723

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Bukti Fisik, Jaminan, Empati, Ketanggapan, Keandalan

Tabel IV.21
Hasil Analisis Koefisien Korelasi

Correlations

		Correlations						
		Ketanggapan	Bukti Fisik	Keandalan	Jaminan	Empati	Kepuasan Nasabah	Loyalitas Nasabah
Ketanggapan	Pearson Correlation	1	,757**	,697**	,586**	,561**	,697**	,477**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Bukti Fisik	Pearson Correlation	,757**	1	,748**	,424**	,618**	,646**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Keandalan	Pearson Correlation	,697**	,748**	1	,627**	,746**	,728**	,515**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Jaminan	Pearson Correlation	,586**	,424**	,627**	1	,612**	,663**	,203*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,043
	N	100	100	100	100	100	100	100
Empati	Pearson Correlation	,561**	,618**	,746**	,612**	1	,734**	,350**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	,697**	,646**	,728**	,663**	,734**	1	,448**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	,477**	,762**	,515**	,203*	,350**	,448**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,043	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

$$Y_1 = 0,251 X_1 + 0,072 X_2 + 0,124 X_3 + 0,205 X_4 + 0,332 X_5 + e$$

Sig (0,013)** (0,496) (0,226) (0,016) ** (0,000) **

$$Y_2 = -0,241 X_1 + 0,971 X_2 + 0,052 X_3 - 0,070 X_4 - 0,237 X_5 + 0,171 X_6 + e$$

Sig (0,035) ** (0,000)** (0,670) (0,459) (0,029) ** (0,134)

Tabel IV.22
 Hasil rekapitulasi jalur total

No.	Arah Hubungan	Regresi		Korelasi		ξ
		Beta	Sig	R	Sig	
1	Ketanggapan → Kepuasan Nasabah	0,251	0,013	0,697	0,000	0,556
2	Bukti Fisik → Kepuasan Nasabah	0,072	0,496	0,646	0,000	
3	Keandalan → Kepuasan Nasabah	0,124	0,266	0,728	0,000	
4	Jaminan → Kepuasan Nasabah	0,205	0,016	0,663	0,000	
5	Empati → Kepuasan Nasabah	0,332	0,000	0,734	0,000	
6	Ketanggapan → Loyalitas Nasabah	-0,241	0,035	0,477	0,000	0,607
7	Bukti Fisik → Loyalitas Nasabah	0,971	0,000	0,762	0,000	
8	Keandalan → Loyalitas Nasabah	0,052	0,670	0,515	0,000	
9	Jaminan → Loyalitas Nasabah	-0,070	0,459	0,203	0,000	
10	Empati → Loyalitas Nasabah	-0,237	0,029	0,350	0,000	
11	Kepuasan Nasabah → Loyalitas Nasabah	0,171	0,134	0,448	0,000	

Tabel IV.23
 Hasil pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total

No.	Antar Variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh tidak langsung	Total Pengaruh
1	Ketanggapan → Loyalitas Nasabah	-0,241		
2	Bukti Fisik → Loyalitas	0,917*		

	Nasabah			
3	Keandalan → Loyalitas Nasabah	0,052		
4	Jaminan → Loyalitas Nasabah	-0,070		
5	Empati → Loyalitas Masyarakat	-0,237		
6	Kepuasan Nasabah → Loyalitas Nasabah	0,171		
7	Bukti Fisik → Kepuasan Nasabah → Loyalitas nasabah		0,251 x 0,171 =0,043	-0,241 +0,043 = -0,198
8	Ketanggapan → Kepuasan Nasabah → Loyalitas Nasabah		0,072 x 0,171 = 0,012	0,052 + 0,012 = 0,064
9	Keandalan → Kepuasan Nasabah → Loyalitas Nasabah		0,124 x0,171 = 0,021	0,052 + 0,021 = 0,073
10	Jaminan → Kepuasan Nasabah → Loyalitas Nasabah		0,205 x 0,171 = 0,035	-0,070 + 0,035 = -0,035
11	Empati → Kepuasan Nasabah → Loyalitas Nasabah		0,332 x 0,171 = 0,057	-0,237+ 0,057 = -0,180

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Ketanggapan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Pengaruh langsung ketanggapan negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, apabila ketanggapan ditingkatkan maka loyalitas nasabah akan menurun dan bermakna, ini berarti ketanggapan pegawai Perusda PAU Pedaringan sudah baik dan tidak perlu ditingkatkan lagi, karena bila ketanggapan ditingkatkan akan menurunkan loyalitas nasabah. Ketanggapan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh; Al-Haqam & Hamali (2016), Kusuma Wijayanto (2015), memberikan kesimpulan bahwa ketanggapan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, tetapi tidak mendukung

hasil penelitian Karani (2019), Cahyani-Rahanatha, Suratno kk (2016), Fikri dkk (2016). Tetapi tidak mendukung hasil penelitian, Karani (2019), Cahyani-Rahanatha, Suratno kk (2016), Fikri dkk (2016) yang menunjukkan bahwa ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan nasabah positif dan signifikan, apabila ketanggapan ditingkatkan maka ketanggapan nasabah akan meningkat dan bermakna. Ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh; Ni Nyoman Yuliani dan Putu Riyasa (2007), Jumaedi (2002), Wahyuningsih (2002), Dessilia Raharjo, Baharudin & Farida Indriani (2012), Mulyaningsih-Suasana (2016), Al-Haqam-Hamali (2016), Suryaatmaja dkk (2016), Kusuma Wijayanto (2015), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Heriza-Wartiningsih (2015), Sutrayoga-Pramudhana, Cahyani-Rahanatha, tetapi tidak mendukung penelitian Pamungkas-Baratha (2016) yang menyimpulkan bahwa ketanggapan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Analisis jalur ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung menghasilkan pengaruh yang lebih kecil dari pada pengaruh tidak langsung, tetapi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas tidak signifikan sehingga untuk meningkatkan loyalitas tidak efektif dengan ketaggapan. Upaya yang dilakukan perusda yaitu mempertahankan ketanggapan yang sudah ada.

2. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah.

Analisis jalur ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Perusda PAU Pedaringan Surakarta, hal ini berarti apabila bukti fisik ditingkatkan maka loyalitas nasabah Perusda PAU Pedaringan Surakarta akan meningkat dan bermakna, dan yang paling dominan.

Temuan penelitian ini, didukung oleh hasil penelitian Semuel dan Nadya (2009) dan Alfian dan Nur (2016), Karani (2019), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Cahyani-Rahanatha, Kusuma Wijayanto (2015) bukti langsung sebagai bagian dari kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Tetapi tidak mendukung hasil penelitian Al-Haqam & Hamali (2016) membuktikan bahwa bukti langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Analisis jalur ini menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan nasabah dalam rangka peningkatan loyalitas nasabah, untuk variabel bukti fisik adalah tidak efektif, karena pengaruh tidak langsung menghasilkan pengaruh yang lebih kecil dari pada pengaruh langsung

Karena pengaruh langsung bukti fisik terhadap loyalitas nasabah paling efektif, maka langkah-langkah untuk peningkatan bukti fisik untuk meningkatkan loyalitas masyarakat secara kongkrit, dapat ditingkatkan dengan melihat nilai indikator tertinggi uji validitas bukti fisik yaitu terletak pada item pertanyaan 6, 2 dan 1

a. Meningkatkan kualitas mushola.

b. Meningkatkan komputerisasi perusahaan

c. Meningkatkan sarana fisik perusahaan (gedung)

3. Pengaruh Keandalan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh keandalan terhadap loyalitas nasabah adalah positif tetapi tidak signifikan hal ini berarti bila keandalan pegawai Perusda PAU Pedaringan ditingkatkan akan meningkatkan loyalitas nasabah walaupun tidak bermakna.

Temuan ini mendukung hasil penelitian dari Darma (2011), Destiana (2006), Dharmayanti (2006), Ramadhan-Laily, Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Cahyani-Rahanatha, Kusuma Wijayanto (2015) yang membuktikan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Tetapi tidak mendukung hasil penelitian Al-Haqam & Hamali (2016) menemukan bahwa keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah adalah positif tidak signifikan, ini berarti jika keandalan pegawai perusda PAU Pedaringan Surakarta maka kepuasan nasabah akan meningkat tapi tidak signifikan. Temuan ini mendukung penelitian Pamungkas-Baratha (2016) menemukan bahwa keandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, tetapi tidak mendukung penelitian Junaedi (2002), Wahyuningsih (2002), Dessilia Raharjo, Mulyaningsih-Suasana (2016), Al-Haqam-Hamali (2016), Suryaatmaja dkk (2016), Kusuma Wijayanto (2015), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Heriza-Wartiningsih (2015), Sutrayoga-Pramudhana, Cahyani-Rahanatha yang menyatakan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Analisis jalur ini menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan nasabah dalam rangka peningkatan loyalitas nasabah, untuk variabel keandalan adalah tidak efektif, karena

pengaruh tidak langsung menghasilkan pengaruh yang lebih kecil dari pada pengaruh langsung. Upaya yang dilakukan perusda yaitu mempertahankan keandalan yang sudah ada karena pengaruh langsung juga tidak signifikan.

4. Pengaruh Jaminan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Masyarakat

Analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh jaminan terhadap loyalitas nasabah adalah negatif hal ini berarti bila jaminan pegawai Perusda PAU Pedaringan ditingkatkan akan menurunkan loyalitas nasabah. Artinya jaminan perusahaan terhadap nasabah tidak perlu ditingkatkan lagi karena sudah baik, bila jaminan ditingkatkan akan menurunkan loyalitas nasabah.

Temuan ini mendukung hasil penelitian dari Al-Haqam & Hamali (2016) membuktikan bahwa jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Tetapi tidak mendukung penelitian Semuel dan Nadya (2009), Luh Ayu Mulyaningsih dkk (2016), Ramadhan-Laily (2016), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Cahyani-Rahanatha, Kusuma Wijayanto (2015) membuktikan jaminan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah adalah positif dan signifikan, artinya bila jaminan perusda PAU Pedaringan ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat secara bermakna. Temuan ini mendukung penelitian Mulyaningsih-Suasana (2016), Al-Haqam-Hamali (2016), Suryaatmaja dkk (2016), Kusuma Wijayanto (2015), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Heriza-Wartiningsih (2015), Sutrayoga-Pramudhana, Cahyani-Rahanatha. Sedangkan hasil penelitian Ramadhani-Yuliati (2016) membuktikan jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, tetapi tidak mendukung penelitian Ramadhani-Yuliati (2016) yang membuktikan bahwa jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Analisis jalur ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung menghasilkan pengaruh yang lebih kecil dari pada pengaruh tidak langsung, tetapi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas tidak signifikan sehingga untuk meningkatkan loyalitas tidak efektif dengan jaminan. Upaya yang dilakukan perusda yaitu mempertahankan jaminan yang sudah ada.

5. Pengaruh Empati terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah adalah negatif hal ini berarti bila empati pegawai Perusda PAU Pedaringan ditingkatkan akan menurunkan kepuasan nasabah, sehingga empati pegawai tidak perlu ditingkatkan lagi karena sudah cukup baik.

Temuan ini mendukung hasil penelitian dari Al-Haqam & Hamali (2016) membuktikan bahwa empati berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Tetapi tidak mendukung penelitian Dharmayanti (2006), Destiana (2006), Kusuma Wijayanto (2015), Ramadhan-Laily (2016), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Cahyani-Rahanatha membuktikan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah adalah positif dan signifikan, ini berarti bila empati pegawai perusda PAU Pedaringan Surakarta ditingkatkan akan meningkatkan kepuasan nasabah. Temuan ini mendukung penelitian Ni Nyoman Yuliarni dan Putu Riyasa (2007), Indrawati (2011), Dessilia Raharjo, Mulyaningsih-Suasana (2016), Al-Haqam-Hamali (2016), Suryaatmaja dkk (2016), Kusuma Wijayanto (2015), Suratno dkk (2016), Fikri dkk (2016), Heriza-Wartiningsih (2015), Sutrayoga-Pramudhana, Cahyani-Rahanatha yang menyatakan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian Fiky (2010), Ramadhani-Yuliati (2016) tidak mendukung pernyataan tersebut dengan menyimpulkan bahwa empati berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Analisis jalur ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung menghasilkan pengaruh yang lebih kecil dari pada pengaruh tidak langsung, tetapi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas tidak signifikan sehingga untuk meningkatkan loyalitas tidak efektif dengan empaty. Upaya yang dilakukan perusda yaitu mempertahankan empaty yang sudah ada.

PENUTUP

Simpulan

1. Hasil Uji Hipotesis

- a. Ketanggapan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
- b. Bukti Fisik berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.

- c. Keandalan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
 - d. Jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
 - e. Empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
 - f. Ketanggapan berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
 - g. Bukti Fisik berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
 - h. Keandalan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
 - i. Jaminan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
 - j. Empati berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
 - k. Kepuasan nasabah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
2. Hasil uji F diketahui besarnya nilai $F = 26,656$ signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel ketanggapan, bukti fisik, keandalan, jaminan, empati dan kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta.
 3. Nilai R^2 total sebesar 0,886 ini berarti bahwa loyalitas nasabah pada Perusda PAU Pedaringan Surakarta dijelaskan oleh variabel Ketanggapan, Bukti Fisik, Keandalan, Jaminan, Empati dan Kepuasan Nasabah sebesar 88,6% dan sisanya 11,4% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian sebagai contoh citra perusahaan
 4. Hasil analisis jalur diketahui jalur langsung bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, merupakan jalur yang dominan atau efektif untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka hal yang dapat disarankan untuk Perusda PAU Peedaringan Surakarta adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan bukti fisik, dengan cara :
 - a. Meningkatkan kualitas mushola, misalnya dengan membangun gedung mushola yang lebih besar, menyediakan perlengkapan sholat
 - b. Meningkatkan komputerisasi perusahaan, misalnya dengan melengkapi jumlah komputer dan tenaga yang menguasai Teknologi Informatika.
 - c. Meningkatkan sarana fisik perusahaan (gedung), misalnya dengan memperluas gedung tempat pertemuan dan tempat istirahat.
2. Ketanggapan, keandalan, Jaminan, Empati cukup dipertahankan, tidak perlu ditingkatkan lagi karena ketanggapan, keandalan, jaminan dan empati pegawai Perusda PAU Pedaringan Surakarta sudah optimal.
3. Bagi peneliti yang akan datang hendaknya dapat mengembangkan model atau menguji kembali model konseptual penelitian agar diperoleh penguatan atas temuan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Haqam , Rizki dan Arif Yusuf Hamali, 2016,. *The Influence of Service Quallity Toward Customer Loyalty : A Case Study At Alfamart Abdurahman Saleh Bandung* *Binus Business Review*, 7(2), August 2016, 203 – 212 DOI : 10.21512/bbr.v7i2.1686 P-ISSN : 2087 – 1228 E-ISSN : 2476 – 9053.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dama, Hais. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Unit kerja Gorontalo*. Jurnal
- Inovasi, (Online), Vol.7 No.2 (<http://jurnal.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/7110892902.pdf>) diakses 10 Januari 2013.
- Griselda, Gretel dan Tagor Muda Panjaitan. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua*.
- DeRaMa Jurnal Manajemen Vol.2 No.1 (<http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/21073962.pdf>) diakses 18 Desember 2012.
- Indrawati, Aniek. 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi
- Bisnis TH. 16, NO. 1 (<http://fe.um.ac.id/wp-content/uploads/2009/10/4-Aniek-Indrawati.pdf>) diakses 8 Januari 2013.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Maisya, Karani Laila dan Syah Tantri Yanuar rahmat, Anindita Rina. 2019. *Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Restaurants of the Tangerang Area*. DOI 10.18551/rjoas.2019-08.15
- Manusamy, Jayaranman. Dkk. 2010. *Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia*. *International Journal of Innovation*. (Online) Vol. 1 (<http://www.ijimt.org/papers/71-M461.pdf>) diakses 23 Juli 2013
- Moenir. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nasution. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Ramdhani, Widdy Kurnia dan Ai Lili Yulianti . 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Internet Nethost Dayeuh Kolot Bandung*. e-Proceeding of Manajemen : Vol 3, No. 1 April 2016 ISSN : 2355 – 9357 hal 700 – 708
- Santoso, Singgih. 2008. *Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta : PT Alex Media Komputindo.
- Subandi. 2009. *Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktik)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfab
- Suryaatmaja, Arya Nugraha dan Ni Wayan Sri Suprapti, dan Ni Nyoman Kerti Yasa . 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra terhadap Kepuasan dan Word of Mouth Nasabah*E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.7 (2016) : 2191 – 2210 ISSN : 2337 – 3067

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga. Yogyakarta : Andi.

Harimurti, Krisna, 2013, *Analisis Pengaruh Ketanggapan Karyawan, Empati Karyawan Dan Kehandalan Karyawan Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Pada Guest House Griya Bougenville Semarang)*. Universitas Diponegoro, Semarang

Wijayanto, Kusuma.2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. *DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* Vol 17, No 1 Juni 2015