

## ANALISIS PELAYANAN PRIMA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BCA CABANG GREEN GARDEN JAKARTA

Iis Torisa Utami  
Akademi Sekretari Budi Luhur

### ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini mengenai enam konsep pelayanan prima (sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, tanggungjawab dan penampilan) yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Central Asia (BCA) cabang utama green garden Jakarta. Tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh gambaran mengenai variabel apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden yang sedang melakukan transaksi perbankan di Bank Central Asia (BCA) cabang green garden Jakarta. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif dengan bantuan SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa karakteristik dari responden laki-laki adalah 14 orang, jumlah responden wanita adalah 16 orang, dan ditinjau dari jenis pekerjaan responden adalah pegawai swasta sebanyak 24 orang, 1 orang wiraswasta dan 5 orang pelajar. Selanjutnya berdasarkan hasil regresi berganda diperoleh variabel yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah yaitu variabel sikap signifikansi  $0.001 < 0.05$ , variabel tindakan signifikan  $0.030 < 0.05$ , variabel kemampuan signifikansi  $0.05 < 0.05$ , dan variabel tanggungjawab signifikansi  $0.037 < 0.05$ . kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Central Asia (BCA) cabang green garden Jakarta adalah empat (4) konsep layanan prima antara lain sikap, tindakan, kemampuan dan tanggungjawab dari petugas *customer service*. Saran untuk penelitan selanjutnya ditambahkan variabel kinerja customer service, kualitas pelayanan, dan kepuasan sebagai variabel intervening, serta populasi atau jumlah responden perlu ditambah.

**Kata-kata Kunci:** Konsep Layanan Prima; Loyalitas; Nasabah.

## ANALYSIS OF EXCELLENT SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY AT BRANCH BANK CENTRAL ASIA GREEN GARDEN JAKARTA

### ABSTRACT

*The background of this research is about six concepts of excellent service (attitude, attention, action, ability, responsibility and appearance) that affect customer loyalty of Bank Central Asia (BCA) main branch of Green Garden Jakarta. The purpose of this study is to obtain an overview of what variables have a significant effect on customer loyalty. The method used in this research is purposive sampling. The data collection technique uses a questionnaire with a sample of 30 respondents who are conducting banking transactions at Bank Central Asia (BCA) main branch of Green Garden Jakarta. The data analysis technique used quantitative descriptive with the help of SPSS 25. Based on the results of this study, the characteristics of the respondents in terms of gender the male of 14 people, respondents female of 16 people, and the average type of work of respondents are 24 private employees, one entrepreneur and five students. Furthermore, based on the results of multiple regression obtained variables that have a significant effect on customer loyalty, is the attitude variable significance  $0.001 < 0.05$ , significant action variable  $0.030 < 0.05$ , significant ability variable  $0.05 < 0.05$ , and responsibility variable significance  $0.037 < 0.05$ . The conclusion from the results of this study is that the variables that have a significant effect on customer loyalty at Bank Central Asia. (BCA) the main branch Green Garden Jakarta are four concepts of excellent service, including attitudes, actions, abilities and responsibilities of customer service officers. Suggestions for further research are added variables of customer service performance, service quality, and satisfaction as intervening variables, and the population or number of respondents needs to be added..*

**Keywords:** Excellent Service concepts; Loyalty; Customer

**Korespondensi:** Iis Torisa Utami, S.E, M.M, Akademi Sekretari Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya No.99, RT.1/RW.2, Petungkang Utara, Jakarta Selatan, Indonesia, iis.torisautami@budiluhur.ac.id

**Submitted:** September 2021, **Accepted:** Oktober 2021, **Published:** Oktober 2021

**OJS:** <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php?journal=serasi>

## PENDAHULUAN

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang diberikan *customer service* untuk memenuhi harapan, dan keinginan atau kebutuhan dari nasabah, karena nasabah yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan melalui petugas *customer service* akan menciptakan loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan nasabah terhadap bank, karena bank sukses memenuhi harapan nasabah, baik dari segi pelayanan maupun yang lainnya, selain itu loyalitas nasabah dapat dibangun dengan rasa kepercayaan yang telah dibentuk sebelumnya oleh nasabah, sehingga nasabah pun tidak akan pindah kepada bank lain guna menginvestasikan dananya, selain itu memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak (Saputra, 2020:5). Loyalitas nasabah mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan seperti nasabah yang loyal akan memperkenalkan produk/jasa perusahaan ke pihak lain, nasabah yang loyal umumnya enggan menggunakan produk/jasa dari perusahaan lain, dan adanya keinginan untuk menambah atau membeli produk/jasa pada perusahaan tersebut.

Sehubungan dengan hal tersebut, hasil kajian dari penelitian sebelumnya (Dewi, 2020:15) menjelaskan bahwa peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah dengan cara memberikan informasi dengan mengacu pada standar operasional prosedur, menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi serta silaturahmi. Selanjutnya (Rahayu, 2018:104) menyatakan bahwa variabel *service excellent* yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah KC Semarang antara lain tindakan, kemampuan, perhatian, dan penampilan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan sikap dan tanggungjawab berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kemudian (Octavia & Rinto, 2020:10) menjelaskan bahwa peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah dengan cara menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang transaksi bank yang tersedia, melayani secara cepat dan tepat kepada nasabah, melayani dengan penuh kesabaran dan menghargai nasabah, dan bersikap ramah, sopan, tenang dan jelas dalam memberikan informasi atau penjelasan kepada nasabah. Sedangkan hasil penelitian (Thimoty, 2016: 71) menyatakan bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan (Bilgah, 2019:234) menjelaskan bahwa variabel pelayanan dan loyalitas memiliki hubungan yang kuat karena berada di rentang 0.60-0.79 atau sebesar 59.3%, artinya terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan KFC cabang Ramayana Cibubur Jakarta.

Dengan demikian, tugas *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah antara lain (1) memberikan informasi atau penjelasan terkait dengan produk bank, (2) memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh nasabah, (3) bersikap ramah dan sopan ketika melayani

nasabah, (4) bertanggungjawab terhadap tindakan yang berdampak kepada kerugian nasabah; (5) penampilan petugas *customer service* baik secara fisik maupun non fisik), dan (6) memiliki rasa kepedulian terhadap nasabah seperti menjalin silaturahmi dengan nasabah lama baik dalam kondisi suka maupun duka, dan menjalin hubungan dengan nasabah baru

Berkaitan dengan uraian tersebut di atas, maka enam (6) konsep pelayanan prima yaitu sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, tanggungjawab dan penampilan kesemua konsep tersebut berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, namun ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh nasabah seperti pelayanan belum dapat dilakukan secara optimal diantaranya CS terkesan lambat dalam memberikan pelayanan secara *offline* sehingga nasabah merasakan bahwa *customer service* (CS) kurang perhatian terhadap antrian nasabah, sehingga nasabah harus menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan, selain itu respon atau tanggapan dari permasalahan yang dihadapi nasabah seperti adanya kendala dalam melakukan transaksi online cenderung terkesan lambat, sehingga banyak diantara nasabah yang beralih ke bank lain.

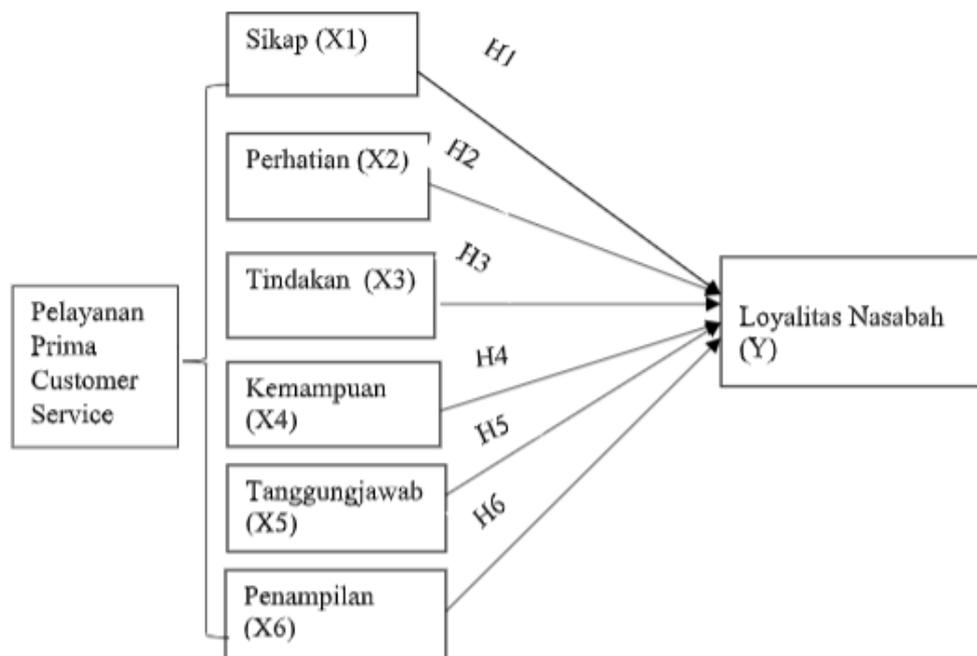
Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti ingin mengkaji terkait konsep pelayanan prima yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab terhadap loyalitas nasabah. Hal ini untuk membuktikan bahwa tidak semua konsep pelayanan prima dapat memengaruhi loyalitas nasabah.

Identifikasi masalah dari penelitian, antara lain *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah terkesan masih terlalu lama sehingga menimbulkan antrian yang terlalu lama; dan *customer service* dalam merespon atau menjawab keluhan nasabah karena adanya kendala ketika melakukan transaksi online terkesan lambat.

Dari identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi masalah pada pelayanan yang diberikan petugas *customer service* BCA cabang utama green garden Jakarta terkesan lambat sehingga menimbulkan antrian yang terlalu panjang. Berkaitan dengan hal tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini apakah 6 (enam) konsep pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang utama green garden Jakarta, dan penerapan konsep pelayanan prima di BCA cabang utama green garden Jakarta.

Tujuan dari penelitian ini, (1) untuk memperoleh gambaran mengenai 6 (enam) konsep pelayanan prima yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah; (2) untuk mengetahui penerapan konsep pelayanan prima di BCA cabang utama green garden Jakarta.

Berdasarkan literatur dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut:



Sumber: diolah sendiri, tahun 2021

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa H1. *Attitude* / perilaku berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank BCA cabang utama Green Garden Jakarta; H2. *Attention* / Perhatian berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang utama Green Garden Jakarta; H3. *Action* / tindakan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah loyalitas nasabah BCA cabang utama Green Garden Jakarta; H4 *Ability* / kemampuan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang utama Green Garden Jakarta; H5 *Accountability* / tanggungjawab berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BCA cabang utama Green Garden Jakarta; H6 *Apperance* / penampilan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Green Garden Jakarta.

Menurut (Rangkuti, 2017:49) pelayanan prima merupakan suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, dengan kata lain pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan, sedangkan (Barata, 2003: 23) menyatakan bahwa pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan nasabah agar nasabah loyal kepada perusahaan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pelayanan prima adalah sikap kepedulian dari petugas *customer service* atau karyawan terhadap nasabah dalam memberikan informasi terkait dengan penawaran produk atau berdasarkan keinginan atau kebutuhan dari nasabah.

Selanjutnya indikator pelayanan prima antara lain (1) *attitude* yaitu sikap yang dapat dirasakan secara langsung oleh nasabah, (2) *attention* yaitu bentuk perhatian *customer service* terhadap nasabah,

(3) *action* yaitu tindakan yang dilakukan *customer service* ketika nasabah sedang menghadapi kesulitan/masalah, (4) *ability* yaitu kemampuan *customer service* dalam memberikan penjelasan atau informasi, (5) *appearance* yaitu penampilan *customer service* baik secara fisik maupun non fisik dan, (6) *accountability* yaitu bentuk tanggungjawab pihak perusahaan dalam menamin keamanan dan nyamanan nasabahnya. (Rahayu, 2018: 95)

Kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan nasabahnya melalui peran *customer service* untuk menciptakan loyalitas nasabah. (Octavia & Rinto, 2020:15). Loyalitas nasabah merupakan komitmen nasabah untuk tetap setia terhadap produk/jasa yang diminati atau melakukan pembelian ulang produk/jasa secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Keller, 2016: 153). Dengan demikian, loyalitas dapat adalah suatu pernyataan diri atau komitmen dari nasabah untuk tetap setia dan menjalin hubungan yang baik dengan cara melakukan pembelian ulang produk/jasa secara konsisten dimasa yang akan datang atau membantu menawarkan produk tersebut kepada orang lain.

Selanjutnya indikator dari loyalitas nasabah antara lain (1) adanya keinginan untuk memakai jasanya kembali atau pembelian yang berulang-ulang; (2) merekomendasikan atau memberikan informasi secara jelas mengenai kepuasan dan pengalaman nasabah mengenai produk/jasa kepada pihak lain, (3) komitmen nasabah untuk tidak tertarik dengan produk yang sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan lain, (4) memanfaatkan semua sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan/penyedia layanan jasa. (Kusniati & Saputra, 2020: 95)

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah eksplanasi, pendekatan penelitian ini dengan metode kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang datang ke bank BCA Cabang Green Garden Jakarta, dan pengumpulan data menggunakan instrumen kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BCA cabang utama Green Garden Jakarta yang sedang berkunjung dan sedang melakukan transaksi perbankan. Dengan mempertimbangkan waktu, tenaga dan biaya maka jumlah sampel dalam penelitian ini dibatasi sebanyak 30 responden. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (Siregar, 2015: 33). Maka pertimbangan yang digunakan peneliti untuk menentukan sampel adalah nasabah yang berkunjung dan melakukan transaksi di BCA cabang Green Garden Jakarta. Metode pengumpulan data primer, dilakukan dengan menggunakan instrumen kuisioner.

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu variabel pelayanan *customer service* yang terdiri dari sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, tanggungjawab dan penampilan, terhadap loyalitas nasabah.

Metode analisa terdiri dari analisa deskriptif dan analisis inferensial. Analisa deskriptif digunakan untuk mendefinisikan karakteristik dari responden seperti usia, jenis pekerjaan dan jenis kelamin. Analisis inferensial menggunakan analisis regresi berganda dan uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji linearitas dan uji heteroskedasitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji instrumen pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan uji koefisien korelasi product moment, dan uji reliabilitas menggunakan *alpha cronbach* dengan koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0.6.

Hasil uji validitas variabel pelayanan prima dan variabel loyalitas. lihat tabel 1.

**Tabel 1. Uji Validitas Instrumen Penelitian**

Item Variabel	Nilai korelasi (rhitung)	rtabel	Keterangan
Sikap.1	0.817	0.374	Valid
Sikap.2	0.705	0.374	Valid
Sikap.3	0.815	0.374	Valid
Sikap.4	0.685	0.374	Valid
Perhatian.1	0.730	0.374	Valid
Perhatian.2	0.783	0.374	Valid
Perhatian.3	0.857	0.374	Valid
Perhatian.4	0.742	0.374	Valid
Tindakan.1	0.800	0.374	Valid
T.2	0.823	0.374	Valid
T.3	0.782	0.374	Valid
T.4	0.728	0.374	Valid
Km.1	0.652	0.374	Valid
Km.2	0.764	0.374	Valid
Km.3	0.778	0.374	Valid
Km.4	0.794	0.374	Valid
Tj.1	0.819	0.374	Valid
Tj.2	0.848	0.374	Valid
Tj. 3	0.868	0.374	Valid
Tj.4	0.686	0.374	Valid
P.1	0.695	0.374	Valid
P.2	0.655	0.374	Valid
P.3	0.678	0.374	Valid
P.4	0.793	0.374	Valid
P.5	0.790	0.374	Valid
L.1	0.750	0.374	Valid
L.2	0.636	0.374	Valid
L.3	0.732	0.374	Valid
L.4	0.864	0.374	Valid

L.5	0.705	0.374	Valid
-----	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Analisis SPSS.25. Tahun 2021

Hasil uji validitas terhadap 30 butir pertanyaan membuktikan nilai koefisien *Product Moment* (r) lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ .

**Tabel 2. Hasil Uji reliabilitas Instrumen Penelitian**

Item Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Sikap (X1)	0.750	Reliabel
Perhatian (X2)	0.781	Reliabel
Tindakan (X3)	0.781	Reliabel
Kemampuan (X4)	0.720	Reliabel
Tanggungjawab (X5)	0.817	Reliabel
Penampilan (X6)	0.769	Reliabel
Loyalitan (Y)	0.780	Reliabel

Sumber: Hasil Analisis SPSS.25. Tahun 2021

Hasil uji reliabilitas pada tabel 2 menunjukkan nilai cronbach alpha lebih besar dari 0.6. hal ini menunjukkan bahwa hasil uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini valid dan dapat dipercaya (reliabel).

Analisis deskriptif statistik pada penelitian ini menjelaskan karakteristik dari responden yaitu usia dan jenis kelamin. Lihat tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Deskriptif Karakteristik Responden**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin:		
Laki-laki	14	46.7
Perempuan	16	53.3
Jenis Pekerjaan:		
Pegawai Swasta	24	80
Wiraswasta	1	3.3
Pelajar	5	16.7
Usia Responden	Min.	Max.
	19	45

Sumber: Hasil Analisis SPSS.25. Tahun 2021

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa karakteristik dari responden pada penelitian ini, ditinjau dari jenis kelamin jumlah responden laki-laki sebanyak 14 orang atau sebesar 46.7 persen, jumlah responden perempuan sebanyak 16 orang atau sebesar 53.3 persen. Selanjutnya ditinjau dari jenis pekerjaan responden sebanyak 24 orang memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta, 1 orang wiraswasta dan 5 orang pelajar, sedangkan usia responden maksimal 45 tahun, dan minimal 19 tahun.

**Tabel 4. Hasil Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Std. Coef	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,942	8,996		1,328	,197
	sikap	,860	,224	,567	3,844	,001
	perhatian	,207	,183	,200	1,130	,270
	tindakan	,407	,176	,350	2,313	,030
	kemampuan	-,400	,195	-,326	-2,049	,052
	tanggungjawab	-,684	,308	-,375	-2,221	,037
	penampilan	,242	,138	,262	1,758	,092

Sumber: Hasil Analisis SPSS.25. Tahun 2021

Persamaan regresi linier berganda pada tabel 4, menunjukkan  $11.942 + 0.860X_1 + 0.207X_2 + 0.403X_3 + (-0.400 X_4) + (-0.684 X_5) + 0.242X_6$ , dapat dinyatakan konstanta sebesar 11.942 jika loyalitas nilainya 0 maka variabel sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, tanggungjawab dan penampilan nilainya 11.942. dan koefisien regresi variabel  $X_1$  sebesar 0.860 menjelaskan bahwa setiap tambahan satu poin variabel  $X_1$  maka akan meningkatkan variabel  $Y$  sebesar 0.860, koefisien regresi variabel  $X_2$  sebesar 0.207 menjelaskan bahwa setiap tambahan satu poin variabel  $X_2$  maka akan meningkatkan variabel  $Y$  sebesar 0.207, koefisien regresi variabel  $X_3$  sebesar 0.403 menjelaskan bahwa setiap tambahan satu poin variabel  $X_3$  akan meningkatkan variabel  $Y$  sebesar 0.403, koefisien regresi variabel  $X_4$  sebesar -0.400 menjelaskan bahwa setiap tambahan satu poin variabel  $X_4$  maka akan menurunkan variabel  $Y$  sebesar -0.400, koefisien regresi variabel  $X_5$  sebesar -0.684 menjelaskan jika setiap tambahan satu point maka akan menurunkan variabel  $Y$  sebesar -0.684, koefisien regresi variabel  $X_6$  sebesar 0.242 menjelaskan bahwa setiap tambahan satu poin variabel  $X_6$  maka akan meningkatkan variabel  $Y$  sebesar 0.242.

Uji hipotesis menggunakan uji t atau uji parsial dengan kriteria jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen, sedangkan jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen.

Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel sikap ( $X_1$ ) 3.844 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1.697 dapat dinyatakan adanya pengaruh positif antara variabel sikap terhadap loyalitas, maka  $H_1$  diterima. Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel perhatian ( $X_2$ ) 1.130 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  1.697 dapat dinyatakan tidak ada pengaruh positif antara variabel perhatian terhadap loyalitas, maka  $H_2$  ditolak. Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel tindakan ( $X_3$ ) 2.313 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1.697 dapat dinyatakan adanya pengaruh positif antara

variabel tindakan terhadap loyalitas, maka H3 diterima. Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel kemampuan ( $X_4$ ) -2.049 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1.697 dapat dinyatakan bahwa variabel kemampuan berpengaruh negatif terhadap loyalitas, maka H4 diterima. Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel tanggungjawab ( $X_5$ ) -2.221 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1.697 dapat dinyatakan bahwa variabel tanggungjawab berpengaruh negatif terhadap loyalitas, maka H5 diterima. Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel penampilan ( $X_6$ ) 1.758 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1.697 dapat dinyatakan berpengaruh positif terhadap loyalitas, maka H6 diterima.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *one sample kolmogorov-Smirnov test*. Dengan ketentuan jika nilai *asymptotic* lebih besar 0.05 maka distribusi dinyatakan normal.

**Tabel 5. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Attitude (X <sub>1</sub> )	Attention (X <sub>2</sub> )	Action (X <sub>3</sub> )	Ability (X <sub>4</sub> )	Accountability (X <sub>5</sub> )	Appearance (X <sub>6</sub> )	Loyalty (Y)
N		30	30	30	30	30	30	30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	17,1667	16,9667	17,0000	16,9000	17,2333	20,7000	22,0000
	Std. Deviation	1,7696	2,18905	2,10090	2,32453	2,04574	2,69290	2,19718
Most Extreme Differences	Absolute	,138	,124	,129	,117	,140	,152	,133
	Positive	,129	,104	,083	,094	,127	,081	,100
	Negative	-,138	-,124	-,129	-,117	-,140	-,152	-,133
Test Statistic		,138	,124	,129	,117	,140	,152	,133
Asymp. Sig. (2-tailed)		,149 <sup>c</sup>	,200 <sup>c,d</sup>	,200 <sup>c,d</sup>	,200 <sup>c,d</sup>	,138 <sup>c</sup>	,075 <sup>c</sup>	,183 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Pada tabel 5, menunjukkan hasil uji normalitas pada variabel penelitian ini dinyatakan semua variabel berdistribusi normal, karena nilai *asympt.sig.* (2-tailed) lebih dari 0.05.

Selanjutnya uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas antar variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas jika nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0.1 maka tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 6. Uji Multikolinieritas**

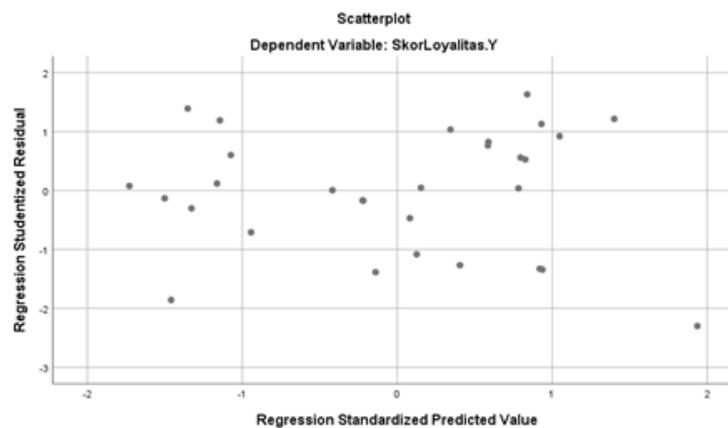
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	sikap	,855	1,170

	perhatian	,597	1,676
	tindakan	,811	1,233
	kemampuan	,734	1,362
	tanggungjawab	,652	1,533
	penampilan	,837	1,195

Sumber: Hasil SPSS 25, Tahun 2021

Pada tabel 6, menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah *multikolinearitas* karena nilai tolerance dari ke enam variabel independen diatas 0.1 dan nilai VIF dari ke enam variabel independen di bawah 10.

Hasil uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* antara *standardized predicted* (ZPRED) dengan *standentized residual* (SRESID), dasar pengambilan keputusan jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*.



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas  
Sumber: Hasil SPSS 25. Tahun 2021

Berdasarkan gambar 2, diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga disimpulkan tidak terjadi masalah *hereskedastisitas* pada model regresi.

Dengan demikian hasil pembahasan dari penelitian ini berdasarkan hipotesis dapat menunjukkan bahwa:

- 1) H1 diterima yaitu variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan sebesar  $0.001 < \alpha < 0.05$  terhadap Loyalitas Nasabah BCA cabang utama Green Garden Jakarta, dengan nilai  $t_{hitung}$  3.855 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1.1697. Hal ini menunjukkan bahwa sikap petugas *customer service* pada Bank Central Asia cabang utama Green Garden Jakarta memiliki sikap yang sopan dan ramah ketika melayani nasabah sehingga sikap atau perilaku petugas *customer service* dapat menciptakan kepuasan nasabah karena pelayanan yang diberikan dapat membuat nasabah merasa nyaman. Pernyataan ini sejalan dengan (Desthiani & Ernawati, 2020) bahwa sikap

merupakan cerminan perilaku atau gerak tubuh seseorang saat menghadapi situasi tertentu, atau berhadapan dengan orang lain.

- 2) H2 ditolak yaitu variabel perhatian tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang utama Green Garden Jakarta, dengan signifikansi sebesar  $0.270 > 0.05$  dan nilai  $t_{hitung}$  1.130 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1.697. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian yang diberikan oleh petugas *customer service* Bank Central Asia cabang utama Green Garden Jakarta seperti mendengarkan keluhan yang disampaikan nasabah, menanyakan permasalahan yang dihadapi nasabah terkait perbankan tidak berdampak terhadap loyalitas pelanggan, yang artinya semakin tinggi tingkat kepedulian petugas *customer service* terhadap nasabah maka tidak berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabah terhadap perusahaan atau penyedia jasa, sebaliknya semakin kecil tingkat kepedulian petugas *customer service* akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Pernyataan ini bertentangan dengan (Desthiani & Ernawati, 2020) bahwa perhatian ketika memberikan pelayanan kepada nasabah mencakup tiga hal, yaitu (1) *listening*/mendengarkan yaitu sikap petugas *customer service* ketika nasabah menceritakan atau menjelaskan keluhan atau keinginan sehingga ada *feedback* di kedua belah pihak; (2) *observation*/pengamatan yaitu petugas *customer service* beradaptasi dengan nasabah atau mengamati jenis layanan yang diinginkan oleh nasabah; (3) *thinking*/berpikir yaitu petugas *customer service* melakukan penilaian atas keinginan atau kebutuhan dari nasabah, sehingga mampu memprediksi keinginan dari nasabah dan dapat menjadi mitra dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi nasabah.
- 3) H3 diterima yaitu variabel tindakan berpengaruh positif dan signifikan sebesar  $0.030 < 0.05$  terhadap loyalitas nasabah BCA cabang utama Green Garden Jakarta, dengan nilai  $t_{hitung}$  2.313 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1.697. Hal ini menunjukkan bahwa petugas *customer service* dalam melayani nasabah dilakukan dengan cepat, lugas dan tepat sehingga nasabah merasa puas atas pelayanan yang diterima yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah untuk membeli kembali produk/jasa atau mempromosikan layanan purna jual kepada pihak lain. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian (Rahayu, 2018) yang menyatakan bahwa variabel tindakan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan hasil penelitian Unik (2020) menyatakan bahwa konsep tindakan merupakan bentuk nyata dari semua layanan untuk meyakinkan, memastikan dan menegaskan bahwa layanan yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan dan menyediakan layanan purna jual.
- 4) H4 diterima yaitu variabel kemampuan berpengaruh negatif dan signifikan  $0.052 < 0.05$  terhadap loyalitas nasabah BCA cabang utama Green Garden Jakarta, dengan nilai  $t_{hitung}$  - 2.049 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1.697. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan petugas

*customer service* Bank Central Asia cabang Green Garden Jakarta dalam melayani nasabah sudah memiliki kemampuan berkomunikasi dan kemampuan menjalin atau menciptakan hubungan yang harmonis dengan nasabah bank, dan kemampuan dalam memberikan penjelasan mengenai produk Bank kepada nasabah, namun kemampuan yang dimiliki *customer service* Bank Central Asia cabang utama Green Garden Jakarta kurang perhatian terhadap keinginan atau keluhan dari nasabah, lebih mengutamakan sikap atau perilaku terhadap nasabah Bank, karena kemampuan harus dilandasi dengan sikap. Pernyataan ini bertentangan dengan hasil penelitian (Rahayu, 2018) menyatakan bahwa variabel kemampuan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, dan pernyataan (Barata, 2003) bahwa kemampuan merupakan pengetahuan dan keterampilan yang mutlak diperlukan untuk menunjang pekerjaan dalam memberikan pelayanan yang baik. Kemampuan tersebut meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, kemampuan berkomunikasi dengan efektif dan membina hubungan ke dalam dan keluar perusahaan.

- 5) H5 diterima yaitu variabel tanggungjawab berpengaruh negatif dan signifikan  $0.037 < 0.05$  terhadap loyalitas nasabah BCA cabang utama Green Garden Jakarta, dengan nilai  $t_{hitung} - 2.221$  lebih besar dari  $t_{tabel} 1.697$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tanggungjawab berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya semakin tinggi tingkat tanggungjawab perusahaan terhadap kerahasiaan data nasabah dan menciptakan kenyamanan dan keamanan nasabah maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sehingga nasabah tidak akan berpindah ke pesaing atau kompetitor. Hal ini menunjukkan bahwa tanggungjawab petugas *customer service* dalam melaksanakan tugas memberikan pelayanan nasabah dengan menjamin kenyamanan dan keamanan nasabah saat melakukan transaksi perbankan, selain itu bentuk tanggungjawab dari perusahaan menjamin kerahasiaan data nasabah dari pihak-pihak yang tidak berkepentingan atau mencari keuntungan pribadi. Pernyataan ini didukung Barata (2003) yang menyatakan bahwa tanggungjawab merupakan suatu sikap keberpihakan kepada nasabah sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan nasabah.
- 6) H6 ditolak yaitu variabel penampilan tidak berpengaruh signifikan  $0.092 > 0.05$  terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penampilan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya penampilan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah. Petugas *customer service* Bank Central Asia sangat memperhatikan penampilan saat melayani nasabah hal ini terlihat dari keseragaman dalam berbusana sehingga terkesan serasi dan rapi dalam berpakaian, dan bentuk ketulusan hati dan keiklasan dalam melayani nasabah dengan berbagai macam watak dan kepribadian nasabah

juga ditunjukkan sebagai bukti kepedulian terhadap keinginan nasabah. Namun dalam konsep pelayanan prima penampilan bukanlah faktor utama dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, tetapi lebih kepada sikap dan tanggungjawab petugas customer service terhadap pelayanan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Rahayu (2018), dan Bilgah (2019) yang menyatakan bahwa penampilan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Terkait dengan hasil pembahasan maka dapat dikatakan bahwa konsep pelayanan prima yang berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada BCA cabang utama green garden Jakarta yaitu variabel sikap, variabel, dan variabel tindakan, selanjutnya variabel yang berpengaruh negatif yaitu variabel kemampuan dan variabel tanggungjawab, sedangkan variabel penampilan dan variabel perhatian tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank.

## SIMPULAN

Konsep pelayanan prima yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah khususnya di Bank Central Asia (BCA) cabang utama Green Garden Jakarta, berdasarkan hasil uji t-test bahwa variabel yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah variabel sikap dengan nilai  $t_{hitung}$  3.844 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1.697 dengan taraf signifikansi sebesar  $0.001 < \alpha < 0.05$  dapat dinyatakan adanya pengaruh positif antara variabel sikap terhadap loyalitas.

Saran untuk peneliti selanjutnya perlu ditambahkan variabel kepuasan sebagai variabel intervening, dan variabel kualitas pelayanan, serta populasi atau jumlah responden perlu ditambah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bilgah. (2019, September 2). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pada PT Fast Food Indonesia Tbk KFC Cabang Ramayana Cibubur Jakarta Timur. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika (CAKRAWALA)*, 19(2), 231-236. doi:<http://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- Desthiani, U., & Ernawati. (2020). Peran Pelayanan Prima Kasir Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT AEON INDONESIA Tangerang. *Sekretari Universitas Pamulang*, 7(1). doi:<http://dx.doi.org/10.32493/skr.v7i1.4555>
- Dewi, S. D. (2020). *Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga*. Jawa Tengah: Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Retrieved Maret 5, 2020, from <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/7117/>
- Keller, K. d. (2016). *Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Utama.

- Kusniati, & Saputra, A. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Akuntansi (EMBA)*, 93-102. doi:<http://doi.org/10.35794/embq.v8i3>
- Octavia, Y., & Rinto, A. (2020, April 1). Efektifitas Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung pada Bank Muamalat Cabang Palangkaraya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Administrasi Negara*, 4(1), 9-10. doi:<http://dx.doi.org/10.30737/mediasosian.v4i1.816>
- Rahayu, R. S. (2018). *Pengaruh Service Excellent terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Jawa Tengah: Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Retrieved from [http://perpus.iainsalatiga.ac.id/lemari/fg/free/pdf/?file=http://perpus.iainsalatiga.ac.id/g/pdf/public/index.php/?pdf=4903/1/RETNO%20SRI%20RAHAYU%20\(21314118\)%20Skripsi](http://perpus.iainsalatiga.ac.id/lemari/fg/free/pdf/?file=http://perpus.iainsalatiga.ac.id/g/pdf/public/index.php/?pdf=4903/1/RETNO%20SRI%20RAHAYU%20(21314118)%20Skripsi)
- Rangkuti, F. (2017). *Meningkatkan Kinerja Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapidengan PERbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Thimoty, C. (2016). *Pengaruh Layanan Prima terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Pangkas Rambut Exclusive di Jalan KARYA Wisata, Medan)*. SUMUT: Universitas Sumatera Utara. Retrieved from <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/19303>