

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI  
NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
MELALUI KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING  
(Studi Kasus Pada BRI Kantor Cabang Rantepao)**

**Disusun dan diajukan oleh:**

**ONI KURNIAWAN SALO  
D071 19 1077**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
GOWA  
2024**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI  
NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
MELALUI KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING  
(Studi Kasus Pada BRI Kantor Cabang Rantepao)**

**Disusun dan diajukan oleh:**

**ONI KURNIAWAN SALO  
D071 19 1077**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
GOWA  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada BRI Kantor Cabang Rantepao)

Disusun dan diajukan oleh

**Oni Kurniawan Salo**  
**D071191077**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin  
Pada tanggal 15 Januari 2024  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU., ASEAN. Eng.  
NIP.19611113 198702 1 003

Pembimbing Pendamping,



Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU  
NIP.1970621 200604 2 001

Ketua Program Studi,



Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU  
NIP.1970621 200604 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ;  
Nama : Oni Kurniawan Salo  
NIM : D071191077  
Program Studi : Teknik Industri  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BRI Kantor Cabang Rantepao)**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Semua informasi yang ditulis dalam skripsi yang berasal dari penulis lain telah diberi penghargaan, yakni dengan mengutip sumber dan tahun penerbitannya. Oleh karena itu semua tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Apabila ada pihak manapun yang merasa ada kesamaan judul dan atau hasil temuan dalam skripsi ini, maka penulis siap untuk diklarifikasi dan mempertanggungjawabkan segala resiko.

Segala data dan informasi yang diperoleh selama proses pembuatan skripsi, yang akan dipublikasi oleh Penulis di masa depan harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Gowa, 15 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Oni Kurniawan Salo

## ABSTRAK

**ONI KURNIAWAN SALO.** *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BRI Kantor Cabang Rantepao)* (dibimbing oleh Syamsul Bahri dan Kifayah Amar)

BRI Kantor Cabang Rantepao merupakan salah satu bank dari instansi pemerintah yang berada di Kabupaten Toraja Utara yang menyediakan layanan perbankan kepada nasabah. Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah, terdapat beberapa keluhan mengenai pelayanan yang diberikan di BRI Kantor Cabang Rantepao. Untuk itu, sebagai bagian dari instansi pemerintahan yang bergerak di perbankan, maka sangat penting bagi BRI Kantor Cabang Rantepao untuk melakukan analisis loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.

Analisa data dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nilai nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening, sedangkan nilai nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah, PLS-SEM

## ABSTRACT

**ONI KURNIAWAN SALO.** *Analysis of the Effect of Service Quality and Customer Value on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study at BRI Rantepao Branch Office) (supervised by Syamsul Bahri and Kifayah Amar)*

*BRI Rantepao Branch Office is one of the banks from government agencies located in North Toraja Regency that provides banking services to customers. Based on the results of interviews with customers, there are several complaints about the services provided at the BRI Rantepao Branch Office. For this reason, as part of a government agency engaged in banking, the BRI Rantepao Branch Office needs to analyze customer loyalty. This study aims to determine the effect of service quality and customer value on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable for BRI Rantepao Branch Office customers.*

*Data analysis was carried out using the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results obtained show that service quality does not have a positive and significant effect on customer satisfaction, while service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. Customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer value has a positive and significant influence on customer loyalty. Customer satisfaction does not have a positive and significant effect on customer loyalty. Service quality does not have a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable, while customer value has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable.*

*Keywords: Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, PLS-SEM*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan perlindungan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penelitian ini dibuat untuk menyelesaikan tugas akhir agar memperoleh gelar sarjana di Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas setiap kebaikan yang diberikan-Nya
2. Kedua ayah dan ibu, serta kakak yang selalu mendukung selama proses penulisan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU., ASEAN. Eng. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Ir. Kifayah Amar, S.T., M.Sc., Ph.D., IPU. selaku Dosen Pembimbing II atas bimbingannya selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Eng. Irwan Setiawan, S.T., M.T. selaku Dosen Penguji I dan Ibu Ir. A. Besse Riyani Indah, S.T., M.T., IPM selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
6. BRI Kantor Cabang Rantepao yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam proses pengambilan data.
7. Teman-teman yang banyak membantu penulis selama penulisan skripsi dan selalu menemani dalam penulisan skripsi ini (Harry, Bobby, Aron, dan Niko).
8. Teman-teman seperjuangan GO DEEPER & HEURIZTIC 19 yang telah membantu dalam dunia perkuliahan dan keseharian selama ini.
9. Serta semua pihak yang tidak bisa dituliskan satu per satu yang sudah membantu dan mendukung selama ini.
10. Untuk diri sendiri yang sudah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan pengerjaan tugas akhir ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Untuk itu, kepada pembaca agar dapat memberikan kritik dan saran demi kebaikan tugas akhir ini agar dapat bermanfaat dengan baik bagi semuanya.

Gowa, 23 November 2023

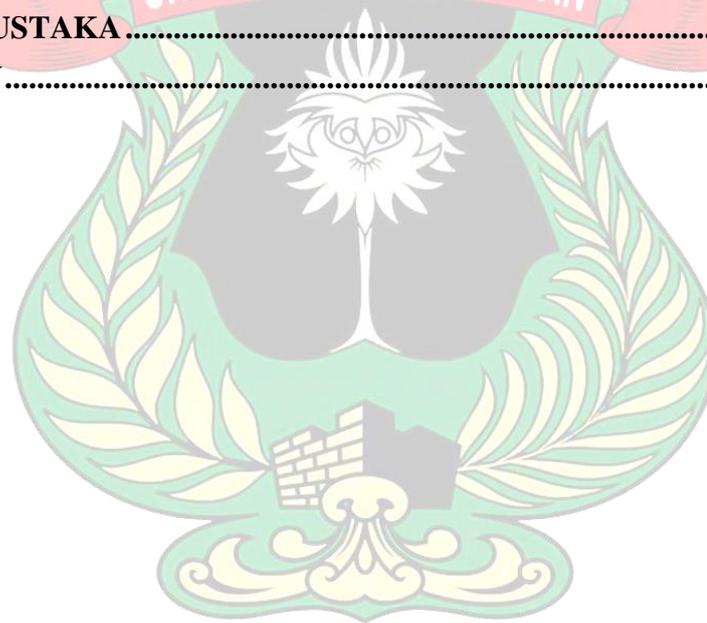
Penulis



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Kualitas Pelayanan .....	6
2.2 Nilai Nasabah ( <i>Customer Value</i> ).....	7
2.3 Kepuasan Nasabah ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	8
2.4 Loyalitas Nasabah ( <i>Customer Loyalty</i> ) .....	8
2.5 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	9
2.5.1 Definisi SEM.....	9
2.5.2 Jenis-jenis SEM.....	10
2.6 Penelitian Terdahulu.....	10
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
3.1 Objek dan Waktu Penelitian.....	16
3.2 Sumber Data .....	16
3.3 Penentuan Jumlah Sampel.....	17
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	17
3.5 Kerangka Pikir.....	19
3.6 <i>Flowchart</i> Penelitian .....	22
3.7 Penetapan Hipotesis, Variabel, dan Indikator Penelitian .....	23
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>

4.1	Gambaran Umum PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantepao .....	25
4.1.1	Produk dan Jasa BRI Kantor Cabang Rantepao.....	25
4.1.2	Visi dan Misi.....	27
4.2	Uji Alat Ukur.....	27
4.2.1	Uji Validitas .....	28
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	29
4.3	Pengolahan Data Responden .....	29
4.4	Perancangan Model PLS Loyalitas Nasabah.....	29
4.4.1	Perancangan Model.....	30
4.4.2	Evaluasi <i>Outer</i> Model (Model Pengukuran).....	31
4.4.3	Evaluasi <i>Inner</i> Model (Model Struktural).....	36
4.4.4	Pengujian Hipotesis.....	38
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>44</b>
5.1	Kesimpulan.....	44
5.2	Saran .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>47</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>52</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peta Lokasi BRI Kantor Cabang Rantepao .....	16
Gambar 2 Kerangka Berpikir Penelitian .....	19
Gambar 3 <i>Flowchart</i> Penelitian .....	22
Gambar 4 Model Struktural .....	30
Gambar 5 Model Struktural dan Pengukuran .....	31
Gambar 6 Hasil <i>Bootstrapping</i> Model Struktural .....	38



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian terdahulu.....	10
Tabel 2 Perbandingan Peneitian Terdahulu .....	15
Tabel 3 Skor skala <i>likert</i> .....	18
Tabel 4 Variabel Indikator yang Digunakan Dalam Penelitian .....	19
Tabel 5 Hipotesis Penelitian.....	24
Tabel 6 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	29
Tabel 8 Hasil <i>Outer Loading</i> Model .....	32
Tabel 9 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Model .....	33
Tabel 10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity – Cross Loading</i> Model .....	34
Tabel 11 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> Model .....	35
Tabel 12 Hasil Uji <i>Cronbach’s Alpha</i> Model .....	35
Tabel 13 Hasil <i>R-Square</i> Model.....	36
Tabel 14 Hasil <i>Bootstrapping Direct Effect</i> .....	39
Tabel 15 Hasil <i>Bootstrapping Indirect Effect</i> .....	39
Tabel 16 Evaluasi Hasil Uji T Statistik dan Probabilitas Model .....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi penyebaran kuesioner kepada nasabah.....	52
Lampiran 2 Dokumentasi di BRI Kantor Cabang Rantepao.....	52
Lampiran 3 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian.....	53
Lampiran 4 Surat keterangan penelitian .....	66
Lampiran 5 Hasil uji validitas menggunakan <i>software</i> SPSS.....	67
Lampiran 6 Hasil uji SPSS reliabilitas Kepuasan Nasabah .....	67
Lampiran 7 Hasil uji SPSS reliabilitas Nilai Nasabah .....	67
Lampiran 8 Hasil uji SPSS reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	67
Lampiran 9 Hasil uji SPSS reliabilitas Loyalitas Nasabah .....	68
Lampiran 10 Data kuesioner Kualitas Pelayanan .....	68
Lampiran 11 Data kuesioner Nilai Nasabah, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah.....	73



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dunia perbankan mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap bank dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya (Kasmir, 2014). Bank sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat juga perlu memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan nasabahnya (Koestanto & Yuniati, 2014).

Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya jasa perbankan, keunggulan bersaing sering diupayakan dalam bentuk pelayanan yang unggul. Strategi yang tepat dan akurat dalam kualitas layanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi keunggulan bersaing bila direncanakan dan diimplementasikan dengan tepat. Dalam jasa bank, kualitas produk yang diukur adalah kualitas layanan. Parasuraman, dkk. (1990) mendefinisikan kualitas layanan sebagai layanan yang diterima nasabah telah sesuai dengan harapan nasabah akan kualitas. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah kualitas layanan yang diterima nasabah telah sesuai dengan harapan nasabah, didapatkan melalui angket ataupun wawancara mengenai komplain nasabah. Hal pokok yang mendasari kualitas layanan adalah indikator-indikatornya yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan, tanpa memandang jenis layanan.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantepao merupakan salah satu bank dari instansi pemerintah yang berada di Kabupaten Toraja Utara yang menyediakan layanan perbankan kepada nasabah. Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah, terdapat beberapa keluhan mengenai pelayanan yang diberikan di BRI Kantor Cabang Rantepao. Untuk itu, sebagai bagian dari instansi pemerintahan yang bergerak di bidang perbankan, maka sangat penting bagi BRI Kantor Cabang Rantepao untuk melakukan analisis loyalitas nasabah. Pada tahun 2022, nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao diperkirakan berjumlah sekitar 400 ribu nasabah yang tersebar di Kabupaten Tana Toraja dan Toraja Utara. Berikut jumlah transaksi nasabah 5 tahun terakhir di BRI Kantor Cabang Rantepao, pada tahun 2018 sebanyak 93.602 transaksi, tahun 2019 sebanyak 97.336 transaksi, tahun 2020 sebanyak 88.658 transaksi, tahun 2021 sebanyak 84.591 transaksi, dan tahun 2022 sebanyak 75.023 transaksi.

Metode statistika yang mampu menganalisa pola hubungan antara variabel laten dan indikatornya, variabel laten yang satu dengan yang lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung adalah metode SEM (*Structural Equation Modelling*). SEM merupakan metode analisis multivariat yang dapat digunakan untuk menggambarkan keterkaitan hubungan linier secara simultan antara variabel pengamatan (indikator) dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (variabel laten) (Prihandini & Sunaryo, 2011). Pengaruh langsung adalah di mana variabel laten eksogen mempengaruhi variabel laten endogen tanpa dimediasi atau dipengaruhi oleh variabel perantara. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen dengan dimediasi oleh variabel perantara. Analisis data ini menggunakan bantuan *software* SmartPLS. SmartPLS mampu menguji model SEM dengan skala pengukuran indikator yang berbeda dalam satu model. Apapun bentuk skalanya (rasio kategori, *likert*, dan lain-lain) dapat diuji dalam satu model.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengangkat judul yaitu “**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada BRI Kantor Cabang Rantepao)**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- a. Menganalisa pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- b. Menganalisa pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRI Kantor Cabang Kantor Rantepao.
- c. Menganalisa pengaruh positif dan signifikan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- d. Menganalisa pengaruh positif dan signifikan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- e. Menganalisa pengaruh positif dan signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- f. Menganalisa pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- g. Menganalisa pengaruh positif dan signifikan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- h. Menganalisa perbandingan nilai pengaruh variabel antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah, dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah

- a. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- b. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- c. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- d. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- e. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.

- f. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- g. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.
- h. Untuk mengetahui dan memahami perbandingan nilai pengaruh variabel antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah, dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Rantepao.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi manajemen BRI pada umumnya, dan kantor cabang Rantepao pada khususnya mengenai respon nasabah terhadap variabel jasa pelayanan yang ada, yang selanjutnya digunakan sebagai informasi atau alat ukur untuk menentukan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.
- b. Bagi perguruan tinggi  
Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan dan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan Teknik Industri khususnya dalam bidang manajemen kualitas.
- c. Bagi penulis  
Memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata 1 pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin serta menambah wawasan dan untuk meningkatkan kompetensi serta kecerdasan intelektual.

## 1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden yang menjadi objek penelitian adalah para nasabah aktif minimal selama 1 tahun atau lebih, yaitu nasabah yang telah menggunakan layanan secara langsung di BRI Kantor Cabang Rantepao.
- b. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk mengetahui hubungan kualitas layanan dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kualitas Pelayanan

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda. Salah satunya yaitu, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Definisi lain juga menjelaskan kualitas sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit. Pelayanan didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan dengan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya. Dapat diketahui bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata dan melihat upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan perusahaan penyelenggara pelayanan. Hal ini menjelaskan bahwa layanan adalah bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal nasabah agar kebutuhan nasabah tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka (Febriana, 2016).

Menurut Rasyid dalam Utomo & Supriyanto (2020) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Ada lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry, yaitu *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *emphaty*. Kelima dimensi tersebut disebut juga dengan dimensi *Service Quality* (SERVQUAL), dimana kelimanya dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan metode SERVQUAL. Sehingga dari kelima dimensi tersebut memiliki peran dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah

#### a. *Tangible* (Bukti Langsung)

*Tangible* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik

(gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

b. *Reliability* (Kehandalan)

*Reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

*Responsiveness* adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. *Assurance* (Jaminan)

*Assurance* yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

e. *Empathy* (Empati)

*Empathy* adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah.

(Febriana, 2016).

## 2.2 Nilai Nasabah (*Customer Value*)

Pengertian nilai nasabah (*customer value*) merupakan penjelasan nasabah mengenai karakteristik produk setelah mencoba produk tersebut. Menurut Slywotzky (1996) dalam Astono (2017) menyatakan bahwa nilai nasabah merupakan persepektif nasabah dalam mempertimbangkan apa yang mereka inginkan dan yakini dari pembelian dan penggunaan suatu produk. Sedangkan menurut Zeithaml (1988) dalam Astono (2017) mengemukakan bahwa nilai nasabah

merupakan penilaian keseluruhan nasabah terhadap utilitas sebuah produk atau layanan berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan uang diberikan.

Menurut Buttle (2007) dalam Suhastomo dan Imroatul (2015) menyatakan bahwa nilai nasabah merupakan persepsi nasabah tentang keseimbangan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan manfaat tersebut.

### **2.3 Kepuasan Nasabah (*Customer Satisfaction*)**

Kotler (2009) mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat berharga dan demi mempertahankan keberadaan nasabah tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Menurut Tjiptono (2012) kepuasan atau ketidakpuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan nasabah dalam pernyataan misi, iklan.

### **2.4 Loyalitas Nasabah (*Customer Loyalty*)**

Loyalitas nasabah merupakan fungsi dari kepuasan nasabah dan keluhan nasabah. Nasabah yang puas akan dapat melakukan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain atas jasa yang diharapkan. Memiliki nasabah yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Menurut Tjiptono (2012) loyalitas nasabah merupakan suatu kesediaan nasabah untuk melanjutkan pembelian pada sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dan mempergunakan produk atau pelayanannya secara berulang, serta merekomendasikannya kepada teman-teman lain secara sukarela.

## 2.5 Structural Equation Modelling (SEM)

### 2.5.1 Definisi SEM

Adiningsih, dkk., (2015) mengatakan bahwa SEM atau *structural equation modeling* merupakan teknik statistik multivariat yang memungkinkan untuk menganalisis suatu variabel dengan variabel lainnya. SEM memiliki fleksibilitas untuk memodelkan hubungan antara beberapa variabel dan secara statistik menguji asumsi teori. Dalam kebanyakan kasus, metode SEM digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel. SEM lebih fleksibel daripada teknik atau metode multivariat lainnya karena memungkinkan untuk mengetahui hubungan dependen yang simultan dan berganda antara variabel (Hoe, 2008). Berikut variabel-variabel pada SEM :

a. Variabel laten

Variabel laten atau yang biasanya disebut dengan istilah *unobserved variable* yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung kecuali diukur dengan satu atau lebih variabel manifest. Variabel laten dibedakan menjadi dua bagian yaitu :

1. Variabel laten eksogen (variabel independen), yaitu variabel yang mempengaruhi nilai dari variabel lain dalam model.
2. Variabel laten endogen (variabel dependen), yaitu variabel yang dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh variabel eksogen.

b. Variabel manifest

Variabel manifest adalah variabel yang digunakan untuk menjelaskan atau mengukur sebuah variabel laten. Variabel manifest sering disebut dengan istilah *observed variable*, *measured variable*, atau *indicator*. (Ginting, 2009).

## 2.5.2 Jenis-jenis SEM

SEM terbagi menjadi dua jenis yaitu *Covariance Based Structural Equation Modelling* (CB-SEM) dan *Partial Least Square* (PLS-SEM). Perbedaan mendasar antara kedua jenis SEM ini adalah CB-SEM didasarkan pada model faktor umum sedangkan PLS-SEM didasarkan pada model komposit. CB-SEM terutama digunakan untuk mengkonfirmasi teori yang sudah mapan dan PLS-SEM pendekatan yang berorientasi pada prediksi terutama digunakan untuk penelitian eksplorasi, tetapi juga bisa digunakan untuk penelitian konfirmatori. Secara keseluruhan, metode PLS-SEM baik digunakan untuk pengembangan teori (Hair Jr et al., 2017).

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi atas permasalahan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Tabel 1 Penelitian terdahulu

No.	Penyusun	Judul	Metodologi	Hasil
1.	(Boadi et al., 2019)	Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Ghana Hospitals: A PLS-SEM Approach	Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 562 nasabah pengguna layanan dari empat rumah sakit swasta di Ghana. Metode yang digunakan yaitu <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Penelitian ini menganalisis dampak dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan atau pengguna rumah sakit swasta di Ghana. Ada 5 dimensi kualitas layanan (SERVQUAL) yang digunakan yaitu <i>assurance, empathy, reliabiliry, responsiveness, and</i>

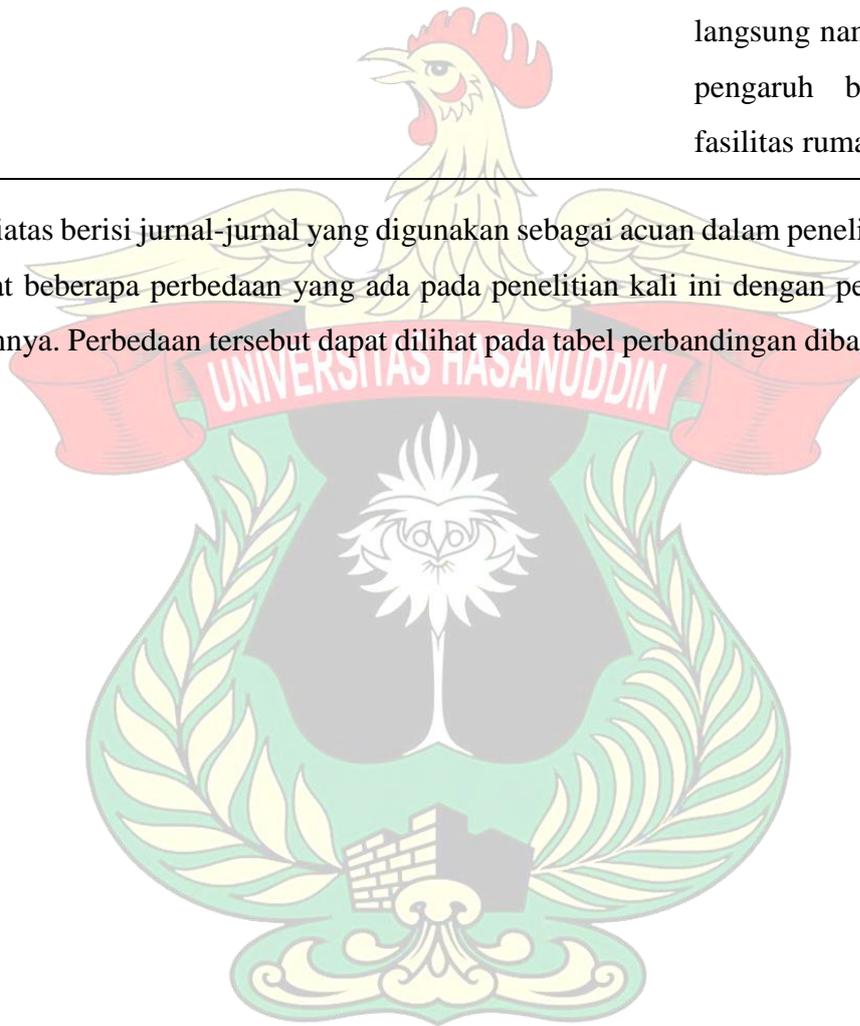
No.	Penyusun	Judul	Metodologi	Hasil
				<i>tangibility</i> . Diketahui bahwa dari kelima dimensi skala SERVQUAL memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kecuali dimensi <i>assurance</i> .
2.	(Kant et al., 2017)	The Investigation of Service Quality Dimensions, Customer Satisfaction, dan Corporate Image in Indian Public Sector Banks: An Application of Structural Equation Model (SEM)	Sampel penelitian terdiri dari 640 nasabah ritel PSB di wilayah Ibu Kota Nasional India melalui kuesioner menggunakan skala likert 7 poin berdasarkan <i>purpose sampling</i> . Metode yang digunakan yaitu SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima dimensi kualitas layanan semuanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dan untuk <i>tangibility</i> dan <i>assurance</i> merupakan prediktor paling penting. Diketahui juga bahwa kepuasan nasabah yang mempengaruhi citra perusahaan.
3.	(Auka, 2012)	Service quality, satisfaction, perceived value and loyalty among customers in commercial	Metode yang digunakan yaitu model ex post facto	Diperoleh bahwa loyalitas nasabah merupakan alat efektif yang dapat digunakan bank untuk memperoleh keuntungan strategis dan bertahan dalam

No.	Penyusun	Judul	Metodologi	Hasil
		banking in Nakuru Municipality, Kenya		lingkungan perbankan yang kompetitif saat ini. Diketahui terdapat hubungan positif antara tiga variabel dalam model yang dipertimbangkan, yaitu kualitas layanan, nilai nasabah, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.
4.	(Farooq et al., 2018)	Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Malaysia Airlines: A PLS-SEM Approach	Penelitian menggunakan metode <i>convenience sampling</i> untuk mengumpulkan data dari 460 responden dengan menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan untuk menguji model yaitu PLS-SEM.	Dari kelima dimensi skala AIRQUAL yaitu <i>airlines tangibles</i> , terminal <i>tangibles</i> , layanan personil, empati, dan citra memiliki dampak yang positif dan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Malaysia Airlines.
5.	(Norzelan et al., 2022)	Impact of COVID-19 Pandemic on Customer Satisfaction and	Data diperoleh dari survei kuesioner. Data dikumpulkan secara <i>online</i> dan	Penelitian ini mengukur indeks kepuasan pelanggan (CSI) dan indeks loyalitas pelanggan (CLI) dengan

No.	Penyusun	Judul	Metodologi	Hasil
		Loyalty Index for Public Transport	ruang lingkup studi mencakup wilayah Kuala Lumpur dan Selangor.	mempertimbangkan prosedur yang diterapkan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa CSI yang diperoleh rata-rata adalah 65, dimana nilai ini lebih rendah dibandingkan dengan CSI pada saat pelayanan normal. Hal ini menunjukkan bahwa prosedur yang diterapkan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
6.	(Haque et al., 2012)	The Impact of Customer Perceived Service Quality on Customer Satisfaction for Private Health Centre Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach	Penelitian ini menggunakan teknik pemodelan persamaan struktural atau (SEM). Jumlah sampel yang digunakan yaitu 131 peserta yang dipilih secara acak yang mengunjungi rumah sakit swasta di Malaysia	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengembangkan dan menguji model SERVQUAL yang telah dimodifikasi untuk mengukur kualitas layanan. Dalam penelitian ini ada 3 elemen kunci dari kualitas layanan yaitu <i>personal support, attention to customer, and hospital facilities</i> . Diperoleh bahwa dukungan personil

No.	Penyusun	Judul	Metodologi	Hasil
				memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, sedangkan perhatian terhadap pelanggan tidak memiliki pengaruh secara langsung namun terdapat pengaruh bila melalui fasilitas rumah sakit.

Tabel diatas berisi jurnal-jurnal yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Terdapat beberapa perbedaan yang ada pada penelitian kali ini dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut dapat dilihat pada tabel perbandingan dibawah ini.



Tabel 2 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Negara	Layanan Publik			Metode SEM	Variabel Penelitian			
			Rumah Sakit	Fasilitas Umum	Perbankan		Kualitas Pelayanan	Nilai Pelanggan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
1.	(Boadi et al., 2019)	Ghana	√			√	√		√	
2.	(Kant et al., 2017)	India			√	√	√		√	
3.	(Auka, 2012)	Kenya			√		√	√	√	√
4.	(Farooq et al., 2018)	Malaysia		√		√	√		√	
5.	(Norzelan et al., 2022)	Malaysia		√					√	√
6.	(Haque et al., 2012)	Malaysia	√			√	√			√
7.	(Penulis, 2023)	Indonesia			√	√	√	√	√	√