

Volume 11, Nomor 1, April 2011

ISSN 1412-3290

JURNAL ECONOMAC

JE



Diterbitkan oleh:
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang

| | | | | |
|--------------------|-----------|---------|----------------------|-------------------|
| Jurnal Economac | Volume 11 | Nomor 1 | Padang April 2011 | ISSN 1412-3290 |
|--------------------|-----------|---------|----------------------|-------------------|

0032-3141 4821
JE

JURNAL ECONOMAC

ISSN 1412-3290

Volume 11, Nomor 1, April 2011

Penasehat

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Penanggung Jawab

Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Ketua Penyunting

Susi Evanita

Wakil Ketua Penyunting

Perengki Susanto

Penyunting Ahli

Z.Mawardi Effendi (Universitas Negeri Padang)

Supriyanto (Universitas Malang)

Agus Irianto (Universitas Negeri Padang)

Edwardus Tande lilin (Universitas Gadjah Mada)

Diah Natalisa (Universitas Sriwijaya)

Bustari Mukhtar (Universitas Negeri Padang)

Mulyadi (Universitas Brawijaya)

Yasri (Universitas Negeri Padang)

Penyunting Pelaksana

Rino

Joan Marta

Herlina Helmi

Rose Rahmadani

Chici Andriani

Mike Triani

Irawati

Alamat Sekretariat Redaksi

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Jln.Prof.Dr.Hamka, Air Tawar Padang

Telp.(0751) 445089

Fax. (0751) 447366

Email: economac_feunp@gmail.com

Jurnal Economac Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

JURNAL ECONOMAC, diterbitkan sejak tanggal 21 Februari 2003 oleh Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, mulai Volume 7, Nomor 1, April 2007 Economac berubah format seperti yang ada sekarang dan terbit dua kali dalam setahun (periode April dan Oktober)

JE
JURNAL ECONOMAC
ISSN 1412-3290
Volume 11, Nomor 1, April 2011

DAFTAR ISI

| | |
|---|---------|
| <i>The Effect of Organizational Commitment on Relationship of Participative Budget and Budgetary Slack</i> <i>Eka FAuzihardani (Universitas Negeri Padang)</i> | 1 - 4 |
| Analisis Efisiensi, Efektifitas dan Derajat Otonomi Fisikal dalam Rangka Pelaksanaan Otonomi Daerah di Kota Padang <i>Abdul Karib (Universitas Andalas)</i> | 5 - 12 |
| Pengaruh Kepuasan, Komplain dan Rintangan Pindah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Perkreditan Rakyat Lumbang Pitih Nagari (BPR-LPN) Panampuang <i>Yunia Wardi (Universitas Negeri Padang)</i> | 13 - 18 |
| Pelatihan dan Pengembangan dalam Manajemen Sumber Daya Manusia: Kajian pada Usaha Kecil Menengah <i>Joko Subiharto (Institut Seni Indonesia Yogyakarta)</i> | 19 - 26 |
| Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan Struktur Pemilikan terhadap Manajemen Laba <i>Nurzi Sebrina (Universitas Negeri Padang)</i> | 27 - 40 |
| Pelatihan Persepsian terhadap Perilaku Kewargaan Organisasional (PKO) berorientasi Pelayanan dengan Komitmen Afektif sebagai Pemediasi <i>Eka Risma Putri (STIE H. Agus Salim Bukittinggi)</i> | 41 - 48 |
| Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Mahasiswa Membuka Usaha melalui Motivasi Berwirausaha. <i>Armiati (Universitas Negeri Padang)</i> | 49 - 56 |
| Pengaruh Orientasi Proses Bisnis terhadap Kinerja Keuangan dengan Peran Mediasi Kinerja Non Keuangan pada Perusahaan Manufaktur Berskala Mikro, Kecil dan Menengah. <i>Lilia Pasca Riani (Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jawa Timur)</i> | 57 - 66 |
| Hubungan Partisipasi Anggaran terhadap Komitmen Organisasi: <i>The Moderating Role of Value Orientation towards Innovation (VOI).</i> <i>Halmawati (Universitas Negeri Padang)</i> | 67 - 78 |

PENGARUH KEPUASAN, KOMPLAIN DAN RINTANGAN PINDAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK PERKREDITAN RAKYAT LUMBUANG PITIH NAGARI (BPR LPN) PANAMPUANG

Yunia Wardi

Abstract: *This research aims to analyze: (1) the effects of the Satisfaction toward Customer Loyalty of BPR LPN Panampuang, (2) the effects of the Complaint toward Customer Loyalty of BPR LPN Panampuang, (3) the effects of the Switching Barrier toward Customer Loyalty of BPR LPN Panampuang. The research sample is determined iteratively as 130 customers. The research sample taking used the Proportional Cluster Random Sampling Method. This analysis used Statistical Test of Multiple Regressions. The results of this research reveal that (1) the Satisfaction significantly affect the Customer Loyalty of BPR LPN Panampuang, (2) the Complaint significantly affect the Customer Loyalty of BPR LPN Panampuang, and (3) the Switching Barrier significantly affect the Customer Loyalty of BPR LPN Panampuang, at α 0.05.*

Kata kunci: kepuasan, komplain, rintangan pindah, loyalitas

BPR LPN Panampuang adalah singkatan dari Bank Perkreditan Rakyat Lumbuang Pitih Nagari Panampuang merupakan bank perkreditan rakyat yang berfungsi tempat penyimpanan uang ketika kondisi ekonomi bagus dan tempat peminjaman (kredit) uang ketika masyarakat Nagari Panampuang memerlukan modal usaha. Kantor Pusat BPR LPN Panampuang ini berlokasi di Jorong Surau Laut Nagari Panampuang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam Sumatera Barat, sedangkan kantor kas ada di berbagai tempat, misalnya di Baso, Biaro, dan Aur Kuning Kota Bukittinggi. Kegiatan inti BPR LPN Panampuang adalah simpan pinjam.

Kegiatan simpan pinjam ini akan berjalan dengan baik, jika nasabah BPR LPN Panampuang mempunyai loyalitas yang tinggi. Sebab, nasabah yang berloyalitas tinggi akan selalu berpartisipasi aktif dalam kegiatan menyimpan uang atau meminjam uang di BPR LPN Panampuang. Peningkatan loyalitas nasabah akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah dana masyarakat yang tersedia. Ketersediaan dana yang cukup dan loyalitas nasabah yang semakin tinggi akan menjamin kelancaran pemberian pinjaman dan peningkatan jumlah pinjaman. Akhirnya, itu semua dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan yang akan diperoleh oleh BPR LPN Panampuang. Hal ini sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh Chandra (2008:151) bahwa pelanggan yang loyal adalah aset perusahaan. Tanpa mereka dapat dipastikan pertumbuhan usaha tidak akan berjalan dengan baik dan tanpa mereka dibutuhkan dana iklan yang besar untuk menarik pelanggan baru.

Sehubungan dengan itu, Griffin (2005:11) menyatakan bahwa semakin lama loyalitas seseorang pelanggan, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari satu pelanggan. Loyalitas nasabah yang meningkat dapat menghemat biaya perusahaan sedikitnya di enam bidang yaitu: 1) biaya pemasaran menjadi berkurang, 2) biaya transaksi menjadi lebih rendah, 3) biaya perputaran pelanggan (*customer turn over*) menjadi berkurang, 4) keberhasilan *cross-selling* menjadi meningkat menyebabkan pangsa pelanggan yang lebih besar, 5) pemberitaan dari mulut ke mulut menjadi lebih positif, dan 6) biaya kegagalan menjadi menurun.

Berdasarkan pengamatan di lapangan, loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang dari tahun cenderung meningkat. Peningkatan loyalitas nasabah tersebut ditandai oleh adanya kecenderungan peningkatan dana simpanan (tabungan) pihak ke-3, total kredit (pinjaman) yang diberikan, dan total pendapatan BPR LPN Panampuang dalam kurun waktu 2005-2011, sebagaimana terlihat pada tabel 1.

Peningkatan loyalitas nasabah tersebut tidak terlepas dari strategi yang dirancang oleh pengelola yang fokus kepada kepuasan nasabah, membuat rintangan beralih yang tinggi, dan mendengarkan keluhan (komplain) nasabah BPR LPN Panampuang. Implementasi strategi ini diwujudkan oleh pengelola dengan melaksanakan pelayanan simpan pinjam "Bajapuik" yaitu mendatangi nasabah ke alamat/rumahnya. Jika nasabah ingin menyimpan uangnya, petugas BPR LPN Panampuang akan menjemput uang tersebut ke alamat/rumah para nasabah. Demikian pula,

jika nasabah ingin meminjam uang, petugas BPR LPN Panampuang akan mengantarkan uang tersebut ke alamat/rumah para nasabah. Pelayanan ini sudah tentu menguntungkan para nasabah,

karena waktu yang seharusnya digunakan untuk mengurus simpanan atau pinjaman di kantor BPR LPN Panampuang, dapat digunakan untuk kegiatan/usaha lainnya.

Tabel 1:
Kondisi Simpanan Pihak ke-3, Pinjaman, Total Pendapatan, dan Laba Bersih Tahun 2005-2010.

| Tahun | Simpanan Pihak ke-3/ Tabungan (Ribuan Rupiah) | Pinjaman/Kredit (Ribuan Rupiah) | Total Pendapatan (Ribuan Rupiah) |
|-------|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| 2005 | 6.353.441 | 6.532.653 | 1.736.670 |
| 2006 | 7.674.216 | 7.085.639 | 1.929.486 |
| 2007 | 9.325.155 | 6.734.179 | 2.233.413 |
| 2008 | 11.516.836 | 8.192.792 | 2.464.561 |
| 2009 | 13.435.774 | 12.014.850 | 2.784.097 |
| 2010 | 15.240.379 | 12.529.899 | 3.167.406 |

Sumber: Laporan Tahunan Direksi BPR LPN Panampuang Tahun 2010

Sekalipun nasabah sudah merasa puas akan pelayanan yang diberikan, belum tentu nasabah itu loyal. Mereka bisa saja berpindah ke lembaga keuangan lainnya, jika lembaga keuangan tersebut lebih menguntungkan baginya. Apalagi nasabah tersebut merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan (Setiyaningrum, 2007:113). Agar nasabah ini tidak berpindah (*switching*) ke lembaga keuangan lain, maka pihak pengelola BPR LPN Panampuang perlu menciptakan rintangan beralih yang tinggi.

Ketika pengelola mampu menciptakan kepuasan, maka kemungkinan nasabah tidak akan melakukan komplain terhadap BPR LPN Panampuang. Bilamana kepuasan nasabah dapat ditingkatkan dan komplain dapat dieliminir, maka keinginan nasabah untuk pindah (*switching*) ke lembaga lain semakin berkurang. Akhirnya, pada saat kepuasan nasabah meningkat, komplain terhadap BPR LPN hampir tidak ada, dan keinginan untuk pindah tidak ada sama sekali, maka loyalitas nasabah terhadap BPR LPN Panampuang semakin meningkat. Peningkatan loyalitas nasabah ini dalam perspektif finansial dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan BPR LPN Panampuang. Oleh sebab itu, pelayanan cepat, tepat waktu, dan sesuai dengan harapan nasabah merupakan kunci utama untuk meningkatkan kepuasan, mengurangi komplain dan meningkatkan rintangan beralih nasabah BPR LPN Panampuang.

Berdasarkan uraian di atas dapat diajukan permasalahan penelitian yaitu sejauhmana kepuasan, rintangan beralih, dan komplain terhadap loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepuasan, rintangan beralih,

dan komplain terhadap loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang.

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

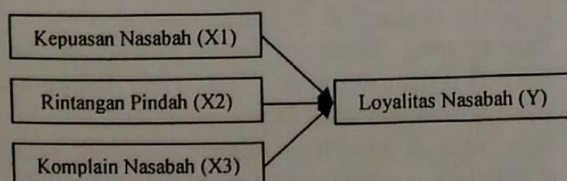
Agar BPR LPN Panampuang mampu hidup dalam persaingan yang semakin ketat di dunia perbankan, maka manajemen BPR LPN harus mampu meningkatkan loyalitas nasabahnya. Sebab peningkatan loyalitas nasabah bisa meningkatkan profit BPR LPN Panampuang. Loyalitas merupakan sikap positif terhadap sebuah merek, mempunyai komitmen membeli pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembelian dimasa yang akan datang (Assael,1992:67; Oliver, 1997: 403). Berkaitan dengan loyalitas ini Kotler & Keller (2009:163) menyatakan, bahwa loyalitas adalah komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi produk atau jasa tertentu dimasa datang, meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku. Dengan demikian, loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang dapat diartikan sebagai sikap positif dan komitmen nasabah terhadap BPR LPN Panampuang untuk melakukan simpan pinjam terus menerus dimasa yang akan datang. Nasabah yang bersikap positif dan komit untuk melakukan simpan pinjam terus menerus di BPR LPN Panampuang dimasa yang akan datang adalah nasabah/pelanggan yang loyal (setia).

Ada beberapa manfaat yang diperoleh perusahaan jika mempunyai pelanggan yang loyal yaitu: 1) mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal), 2) mengurangi biaya transaksi (misalnya, biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pesanan), 3)

mengurangi biaya *turn-over* pelanggan (sebab penggantian pelanggan yang lebih sedikit), 4) meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan, 5) *word of mouth* yang lebih positif dengan asumsi pelanggan yang loyal juga mereka yang merasa puas, dan 6) mengurangi biaya kegagalan, misalnya biaya pergantian (Griffin, 2003:223).

Menurut Fornell dalam Tjiptono (1997: 126) setidaknya terdapat lima faktor yang mempengaruhi loyalitas, yaitu *customer satisfaction*, *switching barrier*, *value*, *customer characteristic*, dan *market competition*. Salah satu faktor penting yang membuat loyalitas pelanggan bervariasi adalah *customer satisfaction*. Kotler & Keller (2009:159) menyatakan, *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) adalah tingkat perasaan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan adalah kondisi dimana pelanggan mendapatkan apa yang diharapkan sama dengan atau lebih dari kinerja produk. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi. Bila para pelanggan merasa puas, mereka membeli lebih banyak dan sering (Griffin, 2005:2). Sedangkan *switching barriers* (rintangan pindah) adalah pembebanan konsumen terhadap sumberdaya dan kesempatan yang diperlukan bila ia pindah atau pembatas terhadap tindakan untuk pindah (Ranaeera & Prabhu, 2003:15). Sehubungan dengan hambatan pindah ini, hasil penelitian Rahadian (2006:67) menunjukkan, bahwa semakin tinggi hambatan pindah, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan. Di samping itu, salah satu syarat utama untuk membuat seorang pelanggan menjadi pelanggan yang loyal adalah mendengarkan komplainnya (keluhannya). Secara psikologis bilamana komplainnya ditanggapi dengan positif, maka ia akan tetap menjadi pelanggan yang setia di masa yang akan datang (Chandra, 2008 160).

Berdasarkan kajian teori di atas dapat diajukan kerangka konseptual penelitian bahwa loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang dipengaruhi oleh kepuasan, rintangan pindah, dan komplain (keluhan) nasabah sebagaimana terlihat pada kerangka konseptual di bawah ini.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan kerangka konseptual di atas dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BPR LPN Panampuang
- H2: Rintangan Pindah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BPR LPN Panampuang
- H3: Komplain berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BPR LPN Panampuang

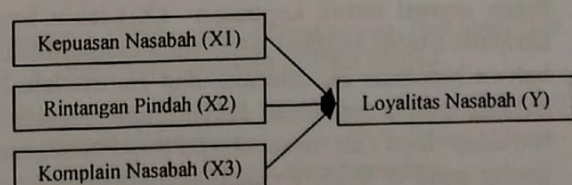
METODE

Unit observasi (pengamatan) penelitian ini adalah nasabah yang melakukan simpan pinjam berulang kali di BPR LPN Panampuang. Jenis penelitian ini adalah verifikatif yang menggunakan metode survai (Nazir, 1990:65; Kerlinger, 1995:660).

Jenis data penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan langsung dari responden penelitian yaitu nasabah BPR LPN Panampuang. Data primer ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden. Namun sebelum kuesioner ini dibagikan kepada responden terlebih dahulu diuji kesahihan dan keandalannya guna mendapatkan data primer yang sah dan andal. Uji kesahihan menggunakan *common sense* dan logika, sedangkan uji keandalan menggunakan teknik analisis Alpha Cronbach.

Populasi penelitian ini adalah nasabah BPR LPN Panampuang yang berulang kali menggunakan melakukan simpan pinjam. Dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2000:49) besarnya ukuran sampel ditetapkan sebanyak 130 orang dan pengambilan sampel dilakukan secara *propotional cluster random sampling*. Variabel penyebab penelitian ini adalah kepuasan, rintangan pindah, dan komplain, sedangkan variabel akibat adalah loyalitas nasabah pada BPR LPN Panampuang.

Analisis data menggunakan uji statistik yaitu regresi berganda sebab pengaruh antar variabel penelitian bersifat kausal yang menuju ke satu arah atau rekursif (Al-Rasjid, 1994:11). Untuk memudahkan analisis, pengaruh antar variabel dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Struktur Pengaruh Variabel Penyebab X_1, X_2, X_3 dan Variabel Akibat Y

Berdasarkan Gambar 2, dapat dirumuskan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- X₁ = Kepuasan Nasabah
- X₂ = Rintangan Pindah Nasabah
- X₃ = Komplain (Keluhan) Nasabah
- Y = Loyalitas Nasabah BPR LPN Panampuang
- a = Konstanta
- b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi dari X₁, X₂, X₃
- e = Pengaruh variabel lain.

Koefisien regresi sebagaimana terlihat pada persamaan di atas diuji secara statistik menggunakan uji F untuk melihat pengaruh variabel penyebab (X₁, X₂, X₃) terhadap variabel akibat (Y) secara simultan. Apabila uji F signifikan, maka dilakukan uji t untuk melihat pengaruh masing-masing variabel X₁, X₂, X₃ secara parsial terhadap Y, dengan kriteria jika t-hitung lebih besar daripada t-tabel pada $\alpha = 0,05$, maka H_a diterima dan H₀ ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis regresi berganda diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel konstanta, kepuasan, rintangan pindah, komplain terhadap loyalitas sebagaimana terlihat pada persamaan berikut :

$$Y = 5,439 + 1,061X_1 + 0,416X_2 + 0,332X_3 + e$$

Setelah dilakukan Uji F, secara simultan kepuasan (X₁), rintangan pindah (X₂), dan komplain (X₃) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Y) nasabah BPR LPN Panampuang. Kontribusi pengaruh secara simultan adalah 45,3 % dan 54,7 % dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel lain yang dimaksud antara lain adalah kualitas pelayanan (Wardi, 2010:162). Sedangkan, pengaruh secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah BPR LPN Panampuang

Berdasarkan uji t, diperoleh t-hitung koefisien regresi untuk kepuasan (X₁) lebih besar daripada t-tabel (4,98 > 1,645) yang menunjukkan, bahwa hipotesis H_a diterima dan H₀ ditolak. Ini berarti, bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang pada $\alpha=0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan, bahwa semakin meningkat kepuasan, maka semakin meningkat loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang. Walaupun ada sebagian ahli

pemasaran yang meyakini, bahwa pelanggan yang puas belum tentu menjadi pelanggan yang loyal jika ada alternatif nilai yang ditawarkan lebih besar daripada nilai yang sebelumnya (Griffin, 2005:3; Tjiptono & Gregorius Chandra, 2005:193), namun hasil penelitian di BPR LPN Panampuang menunjukkan, bahwa pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal.

Bagi BPR LPN Panampuang, kepuasan nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kepuasan nasabah ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini terlaksana jika karyawan mempunyai *attitude* (sikap) yang positif dan mampu memahami harapan nasabah. Berdasarkan penelitian di bidang jasa, misalnya bank, kegagalan perusahaan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan 70% disebabkan karena faktor *human* (SDM), sedangkan faktor teknologi dan sistem memberikan kontribusi sekitar 30% (Irawan D, 2006:8). Lebih lanjut ia menyatakan, bahwa banyak cara yang dapat dilakukan untuk menumbuhkembangkan sikap positif tersebut yaitu sebelum bergabung dengan perusahaan, karyawan membuat pernyataan komitmen yang tinggi untuk kepuasan pelanggan dan mengkomunikasikan kepada karyawan manfaat kepuasan pelanggan bagi perusahaan, misalnya mengkomunikasikan, bahwa pelanggan yang puas bisa menjadi iklan yang efektif (promosi dari mulut ke mulut) dan membeli lebih sering dan banyak. Karena kepuasan tersebut sangat penting artinya untuk mempertahankan loyalitas nasabah di BPR LPN Panampuang, sebaiknya pihak pengelola memberikan kepuasan yang tinggi pada para nasabah BPR LPN Panampuang.

Pengaruh Rintangan Pindah Terhadap Loyalitas Nasabah BPR LPN Panampuang

Berdasarkan uji t, ternyata t-hitung koefisien regresi untuk rintangan pindah (X₂) lebih besar daripada t-tabel (4,63 > 1,645) yang membuktikan, bahwa hipotesis H_a diterima dan H₀ ditolak. Ini berarti, bahwa rintangan pindah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang pada $\alpha = 0,05$. Dengan kata lain, semakin tinggi rintangan pindah, maka semakin meningkat loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang. Hasil ini sesuai dengan pendapat Fornell dalam Tjiptono (1997:126), bahwa setidaknya terdapat lima faktor mempengaruhi loyalitas, satu di antaranya adalah *switching barrier* (rintangan pindah). Hasil riset Rahadian (2006:67) menunjukkan, bahwa semakin tinggi hambatan pindah, maka semakin loyalitas pelanggan.

Dengan demikian, menciptakan rintangan pindah yang tinggi merupakan salah satu cara untuk mempertahankan para nasabah agar tidak pindah ke lembaga keuangan lainnya. Menurut Ranaweera dan Prabu dalam Rahadian (2006:15), bahwa rintangan pindah dapat diciptakan melalui rintangan waktu, uang, dan usaha. Ini berarti, bahwa apabila pengelola BPR LPN Panampuang mampu menciptakan pelayanan cepat dengan tidak mengeluarkan biaya tambahan serta usaha yang sangat mudah dan sederhana akan membuat keinginan nasabah untuk pindah ke lembaga keuangan lainnya semakin rendah.

Pengaruh Komplain Terhadap Loyalitas Nasabah BPR LPN Panampuang

Dengan menghitung t-hitung koefisien regresi untuk komplain (X_3), ternyata t-hitung lebih besar daripada t-tabel ($2,52 > 1,645$) yang membuktikan, bahwa hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak. Ini berarti, bahwa komplain berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang pada $\alpha = 0,05$.

Komplain ini muncul antara lain karena ketidakpuasan nasabah. Nasabah yang komplain kemungkinan masih tergolong nasabah jika komplain mereka dapat diatasi dengan baik oleh pengelola BPR LPN Panampuang sehingga akhirnya mereka bisa menjadi pelanggan yang loyal. Secara psikologis, jika komplain (keluhan) pelanggan ditanggapi dengan positif oleh perusahaan, maka mereka akan tetap menjadi pelanggan yang loyal di masa yang akan datang (Chandra, 2008:160).

Survey Frontier terhadap 2000 responden yang menjadi nasabah di 20 bank menunjukkan, bahwa mereka yang mengajukan komplain dan kemudian diberikan tindakan penyelesaian, hanya sekitar 2-3 % yang mempunyai intensi (keinginan) untuk pindah ke bank lain (Irawan D, 2006:94). Hasil riset *Technical Assistance Research Programs* yang dikutip oleh Naumann & Giel (1995) dalam Tjiptono & Gregorius Chandra (2005:241) menunjukkan, bahwa 70-90 % pelanggan yang menyampaikan komplain akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama jika mereka puas dengan cara penanganan keluhanannya, 20-70% pelanggan yang tidak puas dengan cara penanganan komplainnya tidak bakal melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama, dan hanya 10-30 % pelanggan yang memiliki masalah tetapi tidak menyampaikan komplain akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.

Berdasarkan survey, riset dan pendapat di atas penanganan komplain sangat penting dilak-

kukan guna mempertahankan loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang. Berbagai sarana dapat disediakan untuk memudahkan para pelanggan menyampaikan komplain mereka kepada perusahaan, antara lain yaitu: menggunakan telepon bebas pulsa, *e-mail*, *website*, SMS, fax, kotak saran, dan bahkan jika perlu sebuah *counter* (kantor) khusus menerima keluhan (Chandra, 2008:160 & Chan, 2003:153). Agar penanganan komplain ini efektif harus dilakukan dalam sebuah sistem dengan cara mengelompokkan jenis problem yang dihadapi pelanggan, menentukan standar layanan penanganan komplain secara jelas, dan membuat *blue print* proses layanan penanganan secara jelas (Irawan, 2006:99).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan, bahwa loyalitas nasabah BPR LPN Panampuang ditentukan oleh kepuasan, rintangan pindah, dan komplain. Dengan kata lain, untuk mempertahankan loyalitas nasabah, pihak pengelola BPR LPN Panampuang perlu meningkatkan kepuasan nasabah dan menciptakan rintangan pindah yang tinggi serta menangani komplain nasabah secara baik.

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat disimpulkan, bahwa:

1. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah pengelola BPR LPN Panampuang perlu meningkatkan kualitas pelayanan dengan mengoptimalkan sistem pelayanan simpan pinjam bajapuk yaitu mengunjungi langsung nasabah ke alamatnya jika mereka ingin menabung dan meminjam serta meningkatkan jumlah (besarannya) pinjaman yang diberikan.
2. Untuk menciptakan rintangan pindah yang tinggi, pengelola BPR LPN Panampuang perlu menciptakan inovasi secara terus menerus dan melakukan promosi yang menarik.
3. Untuk menangani komplain, pengelola BPR LPN Panampuang perlu melakukan upaya-upaya, antara lain menyediakan fasilitas telepon bebas pulsa dan kotak saran.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Rasjid, Harun. 1994. *Path Analysis*. Bandung: Unit Pelayanan Statistika FMIPA Unpad.
- Assael, Henry. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Second Edition. Massachusetts: Kent Publishing Company.
- Chan, Syafruddin, 2003. *Relationship Marketing-Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan*

- Bertekuk Lutut*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Chandra, Handi. 2008. *Marketing Untuk Orang Awam*. Palembang : Penerbit Maxicom.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty – Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Terjemahan : Dwi Kartini Yahya. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Irawan D, Handi.2006. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kerlinger, Fred N. 1995. *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*. 13th Edition. New Jersey: Prentice Hall International.
- Nazir, Mohammad. 1990. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Oliver, Richard L.1997. *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York : McGraw-Hill International Edition.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- & Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utam & JBRC.
- Ranaera, Chatura and Jaideep Prabhu, 2003. "The Influence of Satisfaction, Trust and Switching Barriers on Consumer Retention in A Continuous Purchasing Setting". *International Journal of Service Industry Management*. Vol. 14, NO.4.
- Rahadian, Susalit Sulthan.2006. "Analisis Pengaruh Loyalitas Pelanggan dan Perilaku Mancari Variasi Terhadap Perpindahan Merek". *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen PPS Universitas Diponegoro Semarang.
- Setiyaningrum, Ari. 2007. "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Variety Seeking Terhadap Keputusan Perpindahan Merek". *TElaah ManajeMen*. Vol. 2 No. 2/ Nopember/ 2007.
- Wardi, Yunia. 2010. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Simpan Pinjam Bajapuk dan Kepuasan Terhadap Layalitas Nasabah Bank Perkreditan Rakyat Lumbuang Pitih Nagari (BPR LPN) Panampung Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam". *Jurnal Economac*. Vol. 10, No. 2, Oktober 2010.