



PENGARUH REPUTASI TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BPRS SUKOWATI SRAGEN

*Ailia Nur Rahmasari, Rofiul Wahyudi, (rofiul.wahyudi@pbs.uad.ac.id)
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*

Abstrak

BPRS Sukowati Sragen adalah salah satu perusahaan daerah yang telah mempunyai reputasi baik yang dibuktikan dengan berbagai penghargaan dari stakeholder. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap loyalitas nasabah di BPRS Sukowati Sragen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui angket google form dan populasi dalam penelitian ini menggunakan nasabah BPRS Sukowati Sragen. Penelitian ini menggunakan teknik penentuan sampel dengan snowball sampling dan analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan alat analisis SPSS versi 2.0.

Hasil dari penelitian ini reputasi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Sukowati Sragen. Hal ini dibuktikan reputasi memiliki tingkat signifikan 92% terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan 8% kemungkinan di pengaruhi oleh kualitas produk, kepuasan nasabah ataupun kepercayaan nasabah. Peneliti tidak meneliti 8% dari faktor lain tersebut.

Kata Kunci : *Reputasi, Loyalitas Nasabah*

Abstract:

BPRS Sukowati Sragen is one of the regional companies that has a good reputation as evidenced by various awards from stakeholders. This research aims to find out the influence of reputation on customer loyalty in BPRS Sukowati Sragen.

This study uses quantitative approaches through google form questionnaires and populations in this study using BPRS customer Sukowati Sragen. The study used sample determination techniques with snowball sampling and analysis in this study using simple regression analysis with SPSS analysis tool version 2.0.

The results of this study reputation have a significant influence on customer loyalty at BPRS Sukowati Sragen. This is evidenced reputation has a significant rate of 92% to customer loyalty. While 8% is likely to be



influenced by product quality, customer satisfaction or customer trust. Researchers did not examine 8% of these other factors.

Keywords : *Reputation, Customer Loyalty*

LATAR BELAKANG

Bank memiliki kedudukan penting sebagai lembaga perantara keuangan untuk kelancaran sistem perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Bank di Indonesia memiliki dua sistem, yaitu konvensional dan syariah Islam (bank syariah). Fungsi bank syariah terdiri dari tiga diantaranya; intermediasi, jasa, sosial Ryandono dan Wahyudi (2018).

BPRS Sukowati Sragen adalah Bank Syariah pertama di Sragen dan didirikan pada tahun 2008. Kepemilikan saham saat ini oleh Pemerintah Daerah Sragen sebesar 69,97% dan 30,03% dimiliki oleh masyarakat. Bank Syariah Sragen berdiri sejak 2 Juni 2008 oleh Pemerintah Kabupaten Sragen dan telah berkembang bersama masyarakat Bumi Sukowati Sragen. Berikut laporan posisi keuangan per Juni 2020 :

Gambar 1.1. Grafik Kinerja keuangan BPR Syariah Sukowati



Jumlah kantor BPRS Sukowati Sragen mulai pembukaan kantor cabang dan kantor kas hingga tahun 2010 memiliki jumlah 4, yang tersebar di kabupaten Karanganyar, Boyolali, Wonogiri dan Grobogan. Untuk ke depan, terdapat rencana pembukaan kantor cabang di seluruh Kabupaten Propinsi Jawa Tengah.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena BPRS Sukowati Sragen adalah salah satu perusahaan daerah yang telah mempunyai reputasi baik yang dibuktikan dengan berbagai penghargaan dari stakeholder. Namun demikian, BPRS Sukowati Sragen harus meningkatkan kualitas layanan untuk menjaga reputasi.

Menurut Herbig, Millewics, Golden dalam Hasanah (2015) pada dasarnya reputasi adalah perusahaan memperoleh apresiasi karena memiliki keunggulan dan inovasi untuk mengembangkan perusahaannya. Selain itu, pihak penyedia jasa atas pelayanan terbaik memiliki integritas tinggi,



kemampuan untuk menjalin hubungan kedekatan dengan konsumen sehingga perusahaan dapat mengenal beragam karakter pelanggan. Jadi, reputasi adalah persepsi serta penilaian masyarakat terhadap apa yang dilakukan perusahaan dan bagaimana kinerja karyawan perusahaan tersebut. Reputasi positif akan membangun loyalitas konsumen terhadap perusahaan sedangkan reputasi negatif akan menurunkan minat konsumen memakai produk perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti ingin menganalisis hubungan reputasi terhadap kelayakitas nasabah di BPRS Sukowari Sragen. Terdapat perbedaan penelitian sekarang dengan beberapa penelitian terdahulu yaitu dengan segi instansinya dipenelitian ini peneliti 1. menggunakan BPRS. Ada 3 jenis bank syariah yaitu Bank umum, BPRS, dan UUS. Di penelitian-penelitian sebelumnya tempat penelitiannya di Bank umum syariah sedangkan penelitian ini di BPRS yang masih jarang dijadikan tempat penelitian khususnya di daerah Sragen dengan tema tersebut. 2. PT. BPRS Sukowati Sragen merupakan BPRS pertama di Kabupaten Sragen. 3. Penggunaan snowball sampling dalam pengambilan sampel yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara reputasi dengan loyalitas. Maka dari itu peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Sukowati Sragen”**

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008), penelitian kuantitatif yaitu penelitian sistematis yang menggunakan metode pengujian statistik untuk mengolah angka. Zuhra & Sukma (2018) berpendapat, penelitian lapangan ialah suatu penelitian secara objektif yang pelaksanaannya seta pengambilan data dilakukan secara langsung di lapangan.

Populasi dan Sampel

Suliyanto (2006) populasi yakni kumpulan dari semua objek yang menjadi perhatian dan minat bagi orang-orang. Nasabah BPRS Sukowati Sragen menjadi sampel pada penelitian ini. Purwanto (2004) menjelaskan bagian dari populasi yang menjadi perhatian adalah pengertian dari sampel. Metode pengambilan sampel snowball sampling. Menurut Sugiyono (2008) Snowball sampling adalah teknik pengambilan sampel yang awalnya jumlahnya sedikit, lama kelamaan menjadi besar.

Besarnya populasi yang diketahui sebanyak 11000 orang. Jadi untuk mempercepat dan mengakuratkan penelitian ini sampel peneliti hanya mengambil sebanyak 200 orang.

Uji Instrumen Penelitian

Arikunto (2010) kevalidan sebuah instrumen mengacu pada instrumen yang dapat digunakan untuk melakukan pengukuran objek yang diuji.



Sedangkan instrumen reliabel mengacu pada instrumen yang memberikan data yang sama ketika digunakan terus menerus dalam pengukuran objek. Alat kuesioner harus mengukur validitas dan reliabilitas data agar survei dapat memberikan data yang valid dan reliabel.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas.

Teknik Analisis Data

Suharsimi (2009) analisis data adalah metode untuk mengolah hasil penelitian untuk ditarik kesimpulannya. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis riset dengan pendekatan kuantitatif.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini selanjutnya dikonfirmasi dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh reputasi terhadap loyalitas nasabah di BPRS Sukowati Sragen

Secara parsial dan simultan reputasi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian uji t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sedangkan uji f berpengaruh secara simultan dengan hasil uji f sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Adapun hasil uji R square sebesar 92% atau 0.918 sehingga dapat dibulatkan sebesar 92%. Maka dapat disimpulkan variabel reputasi memiliki pengaruh 92% terhadap loyalitas nasabah di BPRS Sukowati Sragen. Sementara tersisa 8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan reputasi terhadap loyalitas nasabah di BPRS Sukowati Sragen. Hal ini disebabkan masyarakat melihat bahwa reputasi salah satu unsur terpenting dalam memilih bprs. Dikarenakan baik buruk reputasi dalam suatu bprs akan mempengaruhi keberhasilan dalam bprs tersebut. Masyarakat akan memiliki pandangan tersendiri terhadap bprs dari pengalaman seseorang dengan produk, pelayanan serta citra bprs. Jika bprs mempresentasikan reputasi yang bernilai positif maka masyarakat akan percaya bprs tersebut dapat mengelola dananya. Reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan



nasabah sehingga nasabah akan loyal tidak terpengaruh bprs lain. Reputasi menjadi jaminan bahwa nasabah akan mendapatkan sesuai dengan yang mereka inginkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fahlepi (2018) yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan reputasi terhadap loyalitas nasabah. Wijayanto(2015) menyatakan bahwa (a) Variabel bukti fisik dan respon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kepercayaan, keandalan, dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. b) Variabel bukti fisik, daya tanggap, keandalan, pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Anggun (2018) kualitas layanan dan reputasi merek yang tinggi akan mempengaruhi loyalitas nasabah di perusahaan.

Tabel dan Gambar

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R tabel	Keterangan
1.	Reputasi	A1	0.993	0.1388	Valid
		A2	0.804	0.1388	Valid
		A3	0.747	0.1388	Valid
		A4	0.730	0.1388	Valid
		A5	0.731	0.1388	Valid
		A6	0.639	0.1388	Valid
2.	Loyalitas	X1	0.655	0.1388	Valid
		X2	0.621	0.1388	Valid
		X3	0.631	0.1388	Valid
		X4	0.993	0.1388	Valid
		X5	0.804	0.1388	Valid
		X6	0.747	0.1388	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS (2021)

Tabel 2 Hasil Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1.	Reputasi	0.966	Relibel
2.	Loyalitas	0.966	Relibel

Sumber : Data Diolah SPSS (2021)

Tabel 3 Berdasarkan Usia

No	Usia Nasabah	Frekuensi	Presentase
1.	<20 tahun	14	7%
2.	21-30 tahun	61	30,5%
3.	31- 40 tahun	63	31,5%



4.	41-50 tahun	50	25%
5.	>50 tahun	12	6%
	Total	200	100%

Sumber : Data diolah SPSS (2021)

Tabel 4 Status Perkawinan

No	Status Perkawinan Nasabah	Frekuensi	Presentase
1.	Belum menikah	76	38%
2.	Menikah	124	62%
	Total	200	100%

Sumber : Data diolah SPSS (2021)

Tabel 5 Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir Nasabah	Frekuensi	Presentase
1.	SD	3	1,5%
2.	SMP	11	5,5%
3.	SMA	89	44,5%
4.	S1	91	45,5%
5.	S2	6	3%
	Total	200	100%

Sumber : Data diolah SPSS (2021)

Tabel 6 Pendapatan

No	Pendapatan Nasabah	Frekuensi	Presentase
1.	<Rp. 1.800.000,-	19	9,5%
2.	<Rp. 2.000.000,-	25	12,5%
3.	2.100.000 - 4.000.000	75	37,5%
4.	4.100.000 - 8.000.000	56	28%
5.	>Rp.8.000.000,-	25	12,5%
	Total	200	100%

Sumber : Data diolah SPSS (2021)

Tabel 7 Pekerjaan

No	Pekerjaan Nasabah	Frekuensi	Presentase
1.	Wiraswasta	59	29,5%
2.	Karyawan swasta	75	37,5%
3.	PNS	22	11%
4.	Profesional (Guru,dosen,tenaga pengajar)	9	4,5%
5.	Lainnya	35	17,5%
	Total	200	100%



Sumber : Data diolah SPSS (2021)

Tabel 8 Lama Menjadi Nasabah

No	Lama Nasabah	Frekuensi	Presentase
1.	<1 tahun	36	18%
2.	1 - 2 tahun	49	24,5%
3.	3 - 4 tahun	71	35,5%
4.	>5 tahun	44	22%
	Total	200	100%

Sumber : Data diolah SPSS (2021)

Tabel 9 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.356	.582		.612	.541
	Loyalitas	.741	.016	.958	47.133	.000

a. Dependent Variable: Reputasi

Sumber : Data Diolah SPSS (2021)

PENUTUP

Kesimpulan berisi terkait ringkasan tentang apa yang sudah dibahas serta dianalisis dalam penelitian ini, kesimpulannya sebagai berikut :

1. Reputasi memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dari uji validitas dengan sampel (N) = 200 Responden , Maka $df = 200-2= 198$ Yang memperoleh r Hitung $> 0,1388$ dengan taraf signifikansi 5 % sedangkan hasil uji realibilitas variable reputasi sebesar 0.966 dan variable loyalitas sebesar 0.966. Dengan demikian dapat dinyatakan reliabel karena memiliki *Croncbach Alpha* diatas ketentuan yaitu 0,60.Maka dapat disimpulkan jika reputasi meningkat tingkat loyalitas nasabah akan naik juga di BPRS Sukowati Sragen.



2. Dari pengujian yang dilakukan peneliti indikator reputasi yaitu : 1. Kredibilitas pemilik 2. Dikenal luas 3.Reputasi pesaing. Dalam penelitian ini variabel reputasi memiliki tingkat signifikan 92% terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan 8% kemungkinann dipengaruhi oleh kualitas produk, kepuasan nasabah ataupun kepercayaan nasabah. Peneliti tidak meneliti 8% dari faktor lain tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang sudah dijelaskan pada penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran diantaranya :

1. Bagi BPRS Sukowati Sragen lebih meningkatkan lagi reputasi baiknya baik secara langsung ataupunmelalui media cetak. Dengan begitu BPRS Sukowati Sragen akan meningkat pula nasabah yang loyalitas. Karena, tingkat reputasi mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah.
2. Bagi nasabah dengan harapan hasil penelitian ini bisa menjadikan pemahaman nasabah pada BPRS Sukowati Sragen dan menambah wawasan masyarakat.
3. Bagi peneliti berikutnya supaya memiliki faktor lain yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tidak hanya reputasi. Diharapkan peneliti selanjutnya lebih baik dan berkembang dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyeni, A., & Susanto, R. (2019). *Manajemen Risiko Pada Bank Syariah*. 658–661. <https://doi.org/10.31219/osf.io/yj9kb>
- Amah, N., & Hendriana, S. (2016). *Determinan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Di Kota Madiun)*. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 5(2), 172. <https://doi.org/10.25273/jap.v5i2.1196>
- Ambarwati, A. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel* <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/id/eprint/8441>
- Anggun, F. (2018). *Pengaruh reputasi merek dan pelayanan prima terhadap loyalitas nasabah*.
- Ardiansyah,Intan. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipiok*.
- Assael, H. (2007). *Consumer Behaviour*. John Wiley & Sons Australia, Limited.
- Azwar. (1986). *Penelitian Kuantitatif*.



- Butterick, K. 2012. (2012). *Public Realitions*. PT RajaGrafindo Persada.
- Fitriani, E. L. (2018). *Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking*. In Thesis Unpublished. <http://repository.radenintan.ac.id/4005/1/.pdf>
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty – enumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Hasanah, R. M. (2015). *Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking(Studi pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor)*.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran di indonesia Edisi Bahasa Indonesia*. PT. Salemba Empat.
- Kurnia, D. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah, Nilai Bagi Nasabah, dan Reputasi Perusahaan Pada Bank BUMN*. *Jurnal Manajemen*, vo.10 No(12), 10–13. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/view/1502>
- Kusumaramdhani, A., & Fatimah, F. (2015). *Pengaruh Reputasi Merk Dan Keadilan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah Bank X Syariah Kcp Ciledug*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis PNJ*, 14(1), 87–94.
- M. Fathollahzadeh, A. Hashemi, and M. S., & Kahreh. (2011). *Designing a new model for Satisfaction, determining customer value Of, and loyalty towards banking sector Iran*, *European Journal of Economics Finance and Administrative Sciences*, Vol. 28. 126–138.
- Manik, A. F. I. (2013). *Pengaruh Kepuasan Nasabah, Loyalitas, Terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia*. 602–607.
- Marlius, D. (2017). *Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan*. *Jurnal Pundi*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- MNH Ryandono, R. W. (2018). *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek*.
- Ni Putu Sri Mulyani. (2019). *Pengaruh Corporate Rebranding terhadap Loyalitas Nasabah BNI Denpasar melalui Brand Association, Kepuasan dan Reputasi Perusahaan*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 134–151. <http://journal.stieindragiri.ac.id/index.php/>
- Nopitasari, E. (2017). *Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Surakarta Menggunakan Bank Syariah*. *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, 91(5), 144.
- Oktaviani Satriyanti, E. (2012). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya*.
- Purwanto. (2004). *Penelitian Kuantitatif*. Erlangga.
- Rahmat Syah, T. Y. (2013). *Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Loyalitas*



-
- Pelanggan di Pasar Bisnis. Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 4(2), 17911.
- Roy Marthin Tarigan. (2014). *Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian. Program Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Menejemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.
- Sari, D. C., & Marlien, R. A. (2019). *Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada nasabah tabungan Bank BNI Syariah Cabang Semarang). Proceeding SENDI_U*, 497–501. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/7341>
- Sugiono. (2005). *Penelitian Kuantitatif*. Erlangga.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Erlangga.
- Sulistyowati, M., Dewi, S. N., & ... (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Pada Pd. Bpr Bkk Buletin Ekonomi*14(1), 1–12. <http://eprints.upnyk.ac.id/10604/>
- Tjiptono. (n.d.). *Manajemen Pemasaran*. PT. Salemba Empat.
- Widowati, A. S., & Mustikawati, R. I. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Nominal, Barometer* <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21643>
- Wijaya, H., Beik, I. S., & Sartono, B. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 417–426. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>
- Wijayanto, K. (2015). *Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 17(1), 78. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v1i2.1211>
- Zuhra, F., & Sukma, S. (2018). *Reputasi Merek Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Di Bank Mandiri Syariah KCP Bireuen B-90 B-91*. 2(1), 90–92.