

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki Di Kota Makassar

Sitti Fadrijah¹, Muharram²

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, STIM Lasharan Jaya Makassar, Indonesia

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, STIM Lasharan Jaya Makassar, Indonesia

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Jenis penelitian ini kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki di Kota Makassar. Pengambilan data menggunakan sample accidental sampling yang digunakan didistribusikan kepada 50 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan wawancara. Metode yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS IBM 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan dan signifikan $F < (0,000 < 0.05)$ dan Adjusted R-square sebesar 88%. Artinya kontribusi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah adalah 88%. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,000, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,004.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Abstract

The purpose of this study is to explain the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty. This type of research is quantitative. The population in this study are customers of PT. Bank Rakyat Indonesia Mannuruki Unit in Makassar City. Data collection using accidental sampling used distributed to 50 respondents. Data collection techniques in this study were questionnaires, observations, and interviews. The method used is multiple linear regression with the help of SPSS IBM 21 software. The results of this study indicate that service quality and customer satisfaction simultaneously and significantly influence $F < (0.000 < 0.05)$ and Adjusted R-square of 88%. This means that the contribution of service quality and customer satisfaction is 88%. Partially, service quality has a significant effect on customer loyalty of 0.000, while customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty of 0.004.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

Pendahuluan

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aris Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertortosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoolden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto. Suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (Pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI. Tentu banyak

*Penulis Koresponden: Sitti Fadrijah (sittifadrijah@gmail.com)

Artikel Masuk: 18 Mei 2021, Revisi: 25 Mei 2021, Diterima: 28 Mei 2021, Publish: 30 Mei 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

fasilitas yang disediakan dari pihak Bank Rakyat Indonesia (BRI) untuk masyarakat yaitu simpan pinjam.

Bank merupakan suatu lembaga yang mendapatkan izin untuk mengarahkan dana yang berasal dari masyarakat berupa simpanan dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang berupa pinjaman, sehingga bank berfungsi sebagai perantara antara penabung dan pemakai akhir, rumah tangga dan perusahaan. Kegiatan usaha utama bank berupa menarik dana langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau pembiayaan membuatnya sarat akan pengaturan baik melalui peraturan perundang-undangan di bidang perbankan sendiri maupun perundang-undangan lain yang terkait.

Loyalitas pelanggan merupakan keadaan yang diharapkan oleh setiap perusahaan terutama perusahaan jasa seperti perbankan. Tingginya loyalitas nasabah, dapat mengindikasikan keberhasilan sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai keinginan yang kuat dari pelanggan untuk membeli produk atau jasa dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain Oliver (1999). Secara tidak langsung, loyalitas nasabah dapat meningkatkan daya saing dari sebuah perusahaan. Melihat peran loyalitas nasabah sangat krusial bagi perusahaan.

Kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah terhadap bank BRI selanjutnya akan dilihat apakah memiliki pengaruh terhadap kualitas layanan bank BRI unit Mannuruki tersebut melalui tingkat profitabilitas. Nasabah yang merasa puas dan loyal terhadap bank BRI unit Mannuruki secara tidak langsung akan berinvestasi atau menambah investasinya dibank tersebut sehingga akan meningkatkan income dan profit bagi bank BRI unit Mannuruki.

Adapun upaya-upaya bank untuk membentuk nasabah-nasabahnya yang setia menyebabkan sifat-sifat nasabah yang manja dan banyak menuntut dari bank. Hal yang akan tetap bertahan untuk beberapa tahun ke depan adalah pentingnya membentuk kepuasan yang total bagi nasabah. Bukan saja agar nasabah tidak kecewa tetapi juga memberikan nilai-nilai daya guna kepada mereka agar tidak berpindah ke para pesaing. Seorang pemimpin harus mampu mengarahkan bawahannya untuk memiliki kompetensi dalam bekerja, agar dapat meningkatkan kualitas layanan. Untuk itu setiap pemimpin tidak hanya dituntut agar mampu bekerja secara maksimal, namun juga harus mengetahui setiap permasalahan yang dialami bawahannya dalam bekerja. Oleh karena itu, agar organisasi dapat berkembang secara optimal, maka perlu adanya pemeliharaan hubungan yang selaras dan berkelanjutan antara pemimpin dan karyawannya. Melihat kondisi tersebut, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat berpengaruh pada loyalitas nasabah. Penelitian ini dapat digunakan untuk melihat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah kemudian sejauh mana faktor pembentuk kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dapat mempengaruhi kualitas pelayanan Bank BRI unit Mannuruki Kota Makassar.

Metode

Pengujian Hipotesis Menggunakan uji hipotesis pada penelitian ini. Memperoleh data hasil pengumpulan data diatas, yang dapat diproses sesuai dengan jenis data kemudian disajikan dalam bentuk table dan angka. Pengujian hipotesis dalam metode statistik yaitu sebagai berikut:

Uji t (Parsial) Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap variabel tergantungnya, Pardede dan Manurung (2014). Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel tergantungnya (Y) atau tidak. Adapun rumus yang digunakan adalah. Dimana t adalah koefisien ttest, r adalah korelasi, n adalah jumlah sampel sedangkan r^2 adalah koefisien determinasi.

Uji F (Simultan) Uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel variabel tergantungnya (Y), Pardede dan Manurung (2014). Uji F dapat digunakan rumus sebagai berikut. Dimana F adalah nilai Fhitung, R^2 adalah nilai koefisien determinasi dan k adalah jumlah variabel.

Uji Koefisien Determinasi Koefisien determinasi (Goodness of Fit), yang dinotasikan dengan R^2 , merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang determinasi. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya variansi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh Y, Pardede dan Manurung (2014).xx

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki di Kota Makassar sebanyak 50 responden, dengan menggunakan kuesioner yang dapat dilihat pada beberapa tabel yang akan diuraikan. Adapun identitas responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Adapun status usia yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
<20	2	4
21-30	15	30
31-40	29	58
41-50	4	8
Jumlah Orang	50	100

Sumber: Data primer diolah pada tahun 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa usia data responden diketahui yang paling dominan sebesar 58% yaitu yang berusia 31-40 tahun.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Berikut ini adalah tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Responden
Laki-laki	34	68
Perempuan	16	32
Jumlah	50	100

Sumber: Data primer diolah pada tahun 2021

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan data sampel, menurut jenis kelamin laki-laki berjumlah 34 orang atau 68% dan perempuan berjumlah 16 orang atau 32%. Dapat disimpulkan bahwa pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki jumlah nasabah laki-laki lebih banyak daripada jumlah nasabah perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Adapun status responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pegawai Swasta	6	12
Pegawai Negri	27	54
Wiraswasta	10	20
Pelajar/Mahasiswa	5	10
Lain-Lain	2	4
Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah Pada Tahun 2021

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik berdasarkan tingkat pekerjaan nasabah BRI Unit Mannuruki di Kota Makassar, dapat diketahui bahwa pegawai swasta sebanyak 6 orang atau 12%, pegawai negeri sebanyak 27 orang atau 54%, wiraswasta sebanyak 10 orang atau 20%, pelajar/mahasiswa sebanyak 5 orang atau 10%, dan pekerjaan lain-lain sebanyak 2 orang atau 4% pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki di Kota Makassar. Dan yang paling dominan melakukan simpan pinjam yaitu pegawai negeri sebesar 58%.

Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketetapannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Berikut ini variasi tanggapan responden terhadap indikator dari variabel kualitas pelayanan.

Tabel 4. Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
SS	29	58
S	9	18

N	3	6
TS	3	6
STS	6	12
Jumlah	50	100

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas, merupakan tanggapan responden terhadap variabel terhadap variabel kualitas pelayanan dengan beberapa indikator yaitu : fakta langsung (tangible), kehandalan (reliability), kemampuan tanggapan (responsiviness), tanggungan (assurance) dan empati (emphaty). Setelah digambarkan dari 50 responden, jika dijumlah semua variabel X1.1 sampai dengan variabel X1.5 yang memilih sangat setuju berjumlah 29 dengan rata-rata persentase sebesar 58%, yang memilih setuju berjumlah 9 dengan rata-rata persentase sebesar 18%, yang memilih netral berjumlah 3 dengan rata-rata persentase 6%, yang memilih tidak setuju berjumlah 3 dengan rata-rata persentase sebesar 6%, sedangkan yang memilih sanga tidak setuju berjumlah 6 dengan rata-rata persentase 12%. Dari urain tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan pada PT.Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki di Kota Makassar sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang sebagian besar menyatakan sangat setuju.

Kepuasan Nasabah Kepuasan adalah respon nasabah terhadap perbandingan antara kinerja dan harapan sesuai dengan evaluasi ketidaksesuain setelah nasabah memakai suatu produk.Berikut ini variasi tanggapan responden terhadap indikator dari variabel kepuasan nasabah.

Tabel 5. Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Nasaabah

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
SS	2	4
S	15	30
N	20	40
TS	4	8
STS	9	18
Jumlah	50	100

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel kepuasan nasabah dengan beberapa indikator yaitu, bobot nilai, bobot produk atau jasa dan lingkungan. Setelah digambarkan dari 50 responden, jika dijumlah semua variabel X2.1 sampai dengan variabel X2.5 yang memilih sangat setuju berjumlah 2 dengan rata-rata persentase sebesar 4%, yang memilih setuju berjumlah 15 dengan rata-rata persentase sebesar 30%, yang memilih netral berjumlah 20 dengan rata-rata persentase sebesar 40%, yang memilih tidak setuju berjumlah 4 dengan rata-rata persentase 8%, sedangkan yang memilih sangat tidak setuju berjumlah 9 dengan rata-rata persentase 18%. Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki di Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menyatakan bahwa sebagian besar nasabah BRI Unit Mannuruki netral dalam menyatakan jawabannya.

Loyalitas Nasabah Loyalitas adalah kesetiaan nasabah setelah mengalami pelayanan yang dinyatakan dalam perilaku untuk menggunakan jasa bank tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara bank dan nasabah. Berikut ini tanggapan responden terhadap indikator dari variabel loyalitas nasabah.

Tabel 6. Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Loyalitas Nasabah

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
SS	19	38
S	18	36
N	3	6
TS	3	6
STS	7	14
Jumlah	50	100

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel kinerja dengan beberapa indikator yaitu, kepercayaan (trust), komitmen emosi (emotion commitment), biaya peralihan (switching cost), dari mulut ke mulut (word of mouth), dan kerja sama (cooperation).

Setelah digambarkan dari 50 responden, jika dijumlah semua variabel Y.1 sampai Y.5 yang memilih sangat setuju berjumlah 19 dengan rata-rata persentase 38%, yang memilih setuju berjumlah 18 dengan rata-rata persentase 36%, yang memilih netral berjumlah 3 dengan persentase 6%, yang memilih tidak setuju berjumlah 3 dengan persentase 6%, sedangkan yang memilih sangat tidak setuju berjumlah 7 dengan rata-rata persentase 7%. Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa loyalitas para nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruhi di Kota Makassar dikategorikan sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang sebagian besar menyatakan sangat setuju.

Analisis Statistik Inferensial Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Tabel 7. Uji Validitas Untuk Kualitas Pelayanan

		Correlations					
		X1	X2	X3	X4	X5	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.699**	.767**	.686**	.829**	.904**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.699**	1	.581**	.845**	.667**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3	Pearson Correlation	.767**	.581**	1	.598**	.821**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4	Pearson Correlation	.686**	.845**	.598**	1	.681**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X5	Pearson Correlation	.829**	.667**	.821**	.681**	1	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.904**	.861**	.859**	.866**	.908**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS IBM 21.0, 2021

Uji validitas adalah pengujian untuk mengukur tingkat kevalidan ada suatu kuesioner atau angket dalam penelitian. Metode uji validitas pada penelitian ini yaitu melalui nilai corrected item (total correlation) lebih besar dari 0,30, maka pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid. Sebaliknya jika nilai correlation lebih kecil dari 0,30, maka item pernyataan tidak valid.

Tabel 8. Uji Validitas Untuk Kepuasan Nasabah

		Correlations					
		X1	X2	X3	X4	X5	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.699**	.767**	.686**	.829**	.904**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.699**	1	.581**	.845**	.667**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3	Pearson Correlation	.767**	.581**	1	.598**	.821**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4	Pearson Correlation	.686**	.845**	.598**	1	.681**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X5	Pearson Correlation	.829**	.667**	.821**	.681**	1	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.904**	.861**	.859**	.866**	.908**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	

N	50	50	50	50	50	50
---	----	----	----	----	----	----

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

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS IBM 21.0, 2021

Berdasarkan tabel uji validitas diatas dapat disimpulkan bahwa semua indikator variable 1 kepuasan nasabah dinyatakan valid karena nilai r-hitung > r-tabel.

Tabel 9. Uji Validitas Untuk Loyalitas Nasabah

		Correlations					
		X1	X2	X3	X4	X5	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.699**	.767**	.686**	.829**	.904**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.699**	1	.581**	.845**	.667**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3	Pearson Correlation	.767**	.581**	1	.598**	.821**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4	Pearson Correlation	.686**	.845**	.598**	1	.681**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X5	Pearson Correlation	.829**	.667**	.821**	.681**	1	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.904**	.861**	.859**	.866**	.908**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS IBM 21,0, 2021

Berdasarkan tabel uji validitas diatas dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel loyalitas nasabah dinyatakan valid karena nilai r-hitung > r-tabel.

Pada ketiga tabel diatas menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan yaitu memiliki corrected item (total correlation) yang tingkat signifikannya adalah 0,01 dengan begitu dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas Uji reliabilitas adalah suatu ukur yang digunakan untuk mengukut suatu pertanyaan/pernyataan yang merupakan indikator dari suatu variabel penelitian. Suatu kuesioner/angket dikatakan handal apabila jawaban responden terhadap pertanyaan/pernyataan adalah konsisten /stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dapat kita lihat dibawah ini:

Tabel 10. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.980	2

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS IBM 21.0, 2021

Hasil uji reliabilitas pada tabel memperlihatkan bahwa pada variabel ini memiliki cronbach alpha > 0,60 jadi dapat dikatakan semua pada pengukuran variabel dari kuesioner yaitu reliable (dapat diandalkan) sehingga untuk selanjutnya item pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Hipotesis Uji Parsial (t) Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebasnya secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat apabila di t hitung > t tabel maka dapat dinyatakan signifikan, yaitu terdapat pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikatnya. Adapun hasil uji t sebagai berikut:

**Tabel 11. Uji Parsial (T)
Coefficientsa**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.631	1.061		.595	.555
1 x1	.546	.128	.560	4.273	.000
x2	.428	.140	.401	3.058	.004

a. Dependent Variable: y

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS IBM 21.0, 2021

Analisis uji-t pada tabel diatas untuk variabel kualitas pelayanan, nilai t hitungnya sebesar 4,273 sementara itu nilai t tabel distribusi 0,05 (5%) sebesar 0,2732 maka t hitung > t tabel dan nilai signifikan yaitu 0,000 > 0,10 artinya invidual variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan untuk variabel kepuasan nasabah (X2) menunjukkan nilai hitungnya sebesar 3,058 sementara itu nilai t tabel distribusi 0,05 (5%) sebesar 0,2732 maka t hitung > t tabel dan nilai signifikan yaitu 0,004 < 0,10 artinya invidual variabel kepuasan nasabah (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dengan ini hipotesis kedua dan hipotesis ketiga yang diajukan dapat diterima, dan dari kedua variabel yang paling dominan berpengaruh yaitu variabel kualitas nasabah (X1) yang memperoleh nilai thitung =4,273 sehingga hipotesis keempat yang diajukan dapat diterima.

Uji Simultan (F) Uji F yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat. Jika F hitung > F tabel maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Adapun hasil uji F sebagai berikut ini:

Tabel 12. Uji Simultan (F)

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	681.867	2	340.933	193.915	.000b
	Residual	82.633	47	1.758		
	Total	764.500	49			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS IBM 21.0, 2021

Hasil perhitungan statistik uji-F pada tabel menunjukkan nilai F hitung sebesar 193.915. setelah itu dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 2,80 dengan signifikansi 5% (0,05). Jadi dapat disimpulkan F hitung > F tabel (193.915 > 2,80) dengan sig F 0,000 < 0,05, ini berarti bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sehingga dinyatakan hipotesis pertama yang diajukan dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R²) Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan mengenai variabel dependen. Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0-1.

Tabel 13. Uji Determinasi (R²)

Model Summaryb				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.944a	.892	.887	1.326

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS IBM 21.0, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa adjusted R square memiliki nilai yaitu besar 88%. Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah sebesar 88% dan sisanya adalah 12% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Loyalitas Nasabah Pengaruh hipotesis yang dilakukan yaitu adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tidak diterima. Diketahui bahwa dari hasil analisis regresi diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan yang lebih dominan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 4.273 dengan nilai signifikan terhadap yaitu sebesar 0,000 (tabel 4.15) hasil regresi linear berganda menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Teori yang mendukung bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yaitu menurut Putri dan Utomo (2017) yang memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kepuasan Nasabah (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah Pengujian hipotesis yang diajukan adalah diduga adanya pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah serta dapat diterima. Diketahui dari hasil analisis regresi ini dapat diperoleh keterangan bahwa variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah secara signifikan. Hal ini berarti semakin baik pula loyalitas para pelanggan. Besarnya suatu pengaruh variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah adalah 3.058 dengan nilai signifikan yaitu sebesar 0,004 hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Dan Kepuasan Nasabah (X2) Loyalitas Nasabah Pengujian hipotesis yang diajukan yaitu diduga bahwa terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dan diterima. Diketahui dari hasil analisis regresi ini diperoleh keterangan mengenai variabel independen kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah adalah 0,631 dengan nilai signifikan yaitu sebesar 0,555xx.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki Di Kota Makassar, dapat disimpulkan : 1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki Di Kota Makassar. Artinya tingkat kualitas pelayanan lebih dominan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang dimiliki. 2. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki Di Kota Makassar. Artinya semakin tinggi loyalitas nasabah yang dimiliki. 3. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mannuruki Di Kota Makassar. Artinya semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas nasabah yang dimilikixxx

References

- Akbar M.M and Parez. 2009. Impact of Service Quality, Trust, and Customer Saticfaction Loyalty, ABAC Journal, Vol.29, No. 1 Januari, 24-38.
- Atmaja, J. R (2018). Pendidikan dan Bimbingan Anak Berkebutuhan Khusus. Bandung: Rosda.
- Bunker, M. P., Rajendra, K., N & Corbi, S. B. (2013). The antecedents of saticfaction for facebook "likers" and their effect on word of-mouth. The Marketing Management Journal, 23/2, 21-34.
- D. Suhartanto, B. T. Chen, Z. Mohi, and A. Sosianika, "Exploring loyalty to specialty foods among tourists and residents," Britttish Food Journal, vol. 120, pp. 1120-1131, (2018).
- Fandy Tjiptono, 2008. Strategi Pemasaran. Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Firdian, Endy et al. (2012). Aplikasi Metode Servqual dan Six Sigma Dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) Dinoyo Malang. Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Rekayasa Volume 13 Nomor 3.
- Ghozali, Imam 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 5 Semarang: Univesitas Diponegoro.

- Gremrel dan Brown Dalam Hasan Ali, 2008, *Marketing*, Medpress (anggota IKAPI), Yogyakarta.
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, M., & Babin, J. (2009). How quality value image and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom. *Journal of Business Research*, 6(2), 980-986.
- Hair, Black, Babin, Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall. Seventh Edition