

**KAJIAN KEPUASAN NASABAH DAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
MEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PADA PT BPR BANK BOYOLALI**

JURNAL TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN SEKOLAH
TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) – AUB SURAKARTA**



Oleh:

NUGRAHINI INDAH KURNIA SARI

NIM. 2019015156

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
(STIE) - AUB SURAKARTA**

2021

Kajian Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BPR BANK BOYOLALI

The Study of Customer Satisfaction and Trust as Mediation of the Effect of Service Quality on Customer Loyalty at PT BPR BANK BOYOLALI

Nugrahini Indah Kurnia Sari

S2-Manajemen STIE-AUB

indah.nsc@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menguji dan menganalisis secara empiris Kajian Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BPR Bank Boyolali. Data yang digunakan adalah data primer dengan mengambil sampel nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) sebanyak 100 nasabah. Metode analisa data diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji liniertas, uji partial (uji t), uji analisa jalur. uji serempak (uji F), dan uji *R square*. Hasil uji t yaitu Bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, Keandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, Daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, Jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda), Bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah, Keandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah, Daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah, Jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah, Empati berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah, Bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, Keandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, Daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas, Jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, Empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, Kepuasan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah dan Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Berdasarkan uji serempak (Uji F) secara simultan atau bersama-sama variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Hasil Uji Determinasi (R^2) nilai R^2 square total sebesar 0,7912 yang artinya variabel loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) dijelaskan oleh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, dengan kepuasan dan kepercayaan sebagai variabel interverning sebesar 79,12% dan sisanya sebesar 20,88 % dijelaskan faktor lain diluar model penelitian. Pengaruh langsung variabel daya tanggap dan jaminan terhadap loyalitas nasabah lebih besar dari pengaruh tidak langsung nya melalui variabel kepuasan, maka dari itu variabel kepuasan efektif menjadi variabel interverning variabel daya tanggap dan jaminan. Pengaruh langsung variabel bukti fisik terhadap loyalitas nasabah lebih besar dari pengaruh tidak langsung nya melalui variabel kepercayaan, maka dari itu variabel kepercayaan efektif menjadi variabel interverning variabel bukti fisik

Kata kunci : Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kepuasan, kepercayaan, loyalitas

Abstract

The purpose of this research is to test and analyze empirically the Study of Customer Satisfaction and Trust as a Mediation of the Effect of Service Quality on Customer Loyalty at PT BPR Bank Boyolali. The data used are primary data by taking a sample of 100 customers at PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). The data analysis method was tested by validity test, reliability test, linear paper test, partial test (t test), path analysis test. simultaneous test (F test), and R square test. The results of the t test, namely physical evidence has no significant effect on customer satisfaction. Reliability has no significant effect on customer satisfaction, Responsiveness has no significant effect on customer satisfaction, Guarantee has no significant effect on customer satisfaction Empathy has a significant effect on customer satisfaction PT BPR Bank Boyolali (Perseroda), Physical evidence has no significant effect on customer trust, reliability has no significant effect on customer trust, responsiveness has no significant effect on customer trust, collateral has no significant effect on customer trust, empathy has a significant effect on customer trust, physical evidence has no significant effect on customer loyalty, Reliability has no significant effect on customer loyalty, Responsiveness has no significant effect on loyalty, Guarantee has no significant effect on customer loyalty, Empathy has a sig customer loyalty is significant, satisfaction does not have a significant effect on customer loyalty and trust does not have a significant effect on customer loyalty at PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Based on the simultaneous test (Test F) simultaneously or together the variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, satisfaction and trust have a significant effect on customer loyalty of PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). The results of the Determination Test (R^2) total R^2 square value of 0.7912, which means the customer loyalty variable of PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). explained by physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy, with

e-jurnal Program Magister Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa (STIE-AUB)
Surakarta (2021)

satisfaction and trust as an intervening variable of 79.12% and the remaining 20.88% explained other factors outside the research model. The direct effect of the responsiveness and assurance variables on customer loyalty is greater than the indirect effect through the satisfaction variable, therefore the effective satisfaction variable becomes an intervening variable of responsiveness and assurance. The direct effect of the physical evidence variable on customer loyalty is greater than the indirect effect through the trust variable, therefore the effective trust variable becomes an intervening variable of the physical evidence variable.

Keywords: physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, satisfaction, trust, loyalty

PENDAHULUAN

Loyalitas nasabah adalah keadaan yang menunjukkan loyalitas seorang nasabah pada suatu objek tertentu. Objek tersebut dapat berupa merk, produk, atau pelayanan. Dengan demikian loyalitas nasabah adalah salah satu variabel yang sangat penting karena loyalitas pelanggan secara positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan pendapatan perpelanggan. Loyalitas akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, termasuk didalamnya perulangan pembelian atau transaksi secara terus menerus dan rekomendasi mengenai suatu produk maupun layanan tersebut kepada teman dan kenalan

Dalam memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah, setidaknya PT BPR Bank Boyolali harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*). Bukti langsung dapat dilihat dari fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Kehandalan dapat dilihat dari kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat ramah dengan segera dan memuaskan. Daya tanggap dapat dilihat dari keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Jaminan mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff dan karyawan, bebas dari bahaya, risiko atau keraguraguan. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para nasabah.

Untuk itu PT BPR Bank Boyolali harus memperhatikan 5 dimensi tersebut dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dengan memulai dari hal-hal kecil, misalnya dengan memperhatikan keluhan nasabah dan selalu menunjukkan sikap yang ramah, senyum, sapa, dan salam. Dengan begitu maka nasabah akan merasa senang dan puas, kemudian akan menimbulkan loyalitas terhadap PT BPR Bank Boyolali. Dengan adanya penelitian ini, maka bisa dijadikan pertimbangan apakah sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah atau belum, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh bank untuk meningkatkan kualitas layanannya. Telah banyak studi terkait kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, penelitian Yunita Kurnia Sari (2016), Yuni Adinda Putri, dkk (2018) membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, .Studi yang lain mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, seperti dilakukan oleh beberapa peneliti di antaranya Rachmad Hidayat (2009)

Saat ini masyarakat memiliki pengetahuan yang semakin baik mengenai pelayanan dan kepuasan sehingga apabila masyarakat merasakan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diterima maka pelanggan tidak segan untuk mengadukan kekecewaannya pada perusahaan yang bersangkutan. Nasabah yang puas akan memberitahu 3 sampai 5 orang mengenai produk atau layanan yang mereka terima tetapi di sisi lain pelanggan yang tidak puas akan mengatakan ke 10 hingga 12 orang. Maka dari itu sangat penting untuk memelihara kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan bagi nasabah. Dengan terciptanya kepuasan yang sesuai dengan keinginan nasabah hal tersebut secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk nasabah yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi. Memiliki nasabah yang loyal adalah harapan dari setiap bank karena akan membawa banyak keuntungan bagi perusahaan. Hubungan yang selaras antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dapat membantu membidik target pasar dengan keterbatasan sumber daya pemasaran yang dimiliki

Hasil penelitian dengan tema pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah telah banyak dilakukan studi oleh para peneliti terdahulu. Studi pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam temuan Rachmad Hidayat (2009), Yunita Kurnia Sari (2016), Yuni Adinda Putri, dkk (2018). Namun ada studi oleh peneliti lain yang mengemukakan dalam hasil penelitiannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan oleh Novreza, Aminar Sutra Dewi (2017), Arif Kurniawan, , Susanto (2017)

Kepercayaan yang tinggi juga dipengaruhi dari kredibilitas suatu perusahaan dengan menawarkan produk atau layanan yang dapat diandalkan dan mempunyai nilai emosional antara pihak nasabah dengan bank. Peningkatan kualitas pelayanan yang ditawarkan Bank BPR Boyolali semakin mendapat banyak perhatian. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan yang baik maka akan menimbulkan suatu kepercayaan nasabah, juga dapat menarik nasabah baru untuk bertransaksi. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan yang mempengaruhi daya saing perusahaan perbankan. Sebuah bank dapat membedakan dirinya dari pesaing dengan menyediakan layanan berkualitas tinggi

Sudah banyak studi yang dilakukan oleh para peneliti melakukan kajian hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan, dari studi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dilakukan oleh Gede Yogi Pramana (2016), Dibyo Iskandar (2012). Sedangkan hasil studi lain menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan oleh Arif Kurniawan, Susanto (2017)

Peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh PT BPR Bank Boyolali bertujuan untuk mempengaruhi nasabah sebanyak-banyaknya sehingga tertarik untuk bertransaksi dan melakukan kegiatan perbankan, akan tetapi hal tersebut tidaklah mudah karena setiap nasabah memiliki pertimbangan yang berbeda sebelum memilih dan menyetujui pilihannya. Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel mediasi dengan alasan karena salah satu faktor penting yang dapat membuat nasabah puas adalah kualitas pelayanan sehingga nasabah dapat memperoleh kepuasan atas produk maupun jasa yang diperolehnya dari situ akan memunculkan kepercayaan dalam diri nasabah untuk terus bertransaksi pada PT BPR Bank Boyolali dan akhirnya akan menyebabkan nasabah menjadi loyal sehingga kepuasan dan kepercayaan dapat memainkan peran penting sebagai perantara atau variabel mediasi dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Peningkatan loyalitas nasabah adalah stimulan paling penting bagi kinerja perusahaan jangka panjang maupun jangka pendek diharapkan kualitas layanan maupun kepercayaan dan kepuasan nasabah bisa ditunjukkan sebagai kunci keberhasilan menjaga loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis mengambil judul “**Kajian Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BPR BANK BOYOLALI**”

HIPOTESIS

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H₁ = Bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₂ = Keandalan (*reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₃ = Daya Tanggap (*responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₄ = Jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₅ = Empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₆ = Bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₇ = Keandalan (*reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₈ = Daya Tanggap (*responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada BPR Bank Boyolali (Perseroda)

- H₉ = Jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₁₀ = Empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₁₁ = Bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₁₂ = Keandalan (*reliability*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₁₃ = Daya Tanggap (*responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₁₄ = Jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₁₅ = Empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali
- H₁₆ = Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- H₁₇ = Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)

METODE

Analisis data yang dilakukan berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas, uji analisis jalur, uji t, uji F, uji koefisien determinasi (R²), dan uji korelasi.

Analisis regresi jalur adalah pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.

Hubungan kausalitas akan digunakan analisis jalur dan intervening. Pada penelitian ini variabel kepuasan dan kepercayaan nasabah ditempatkan sebagai variabel intervening untuk variabel kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) terhadap loyalitas nasabah.

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_1$$

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + e_2$$

$$Y_3 = \beta_0 + \beta_{11} X_{11} + \beta_{12} X_{12} + \beta_{13} X_{13} + \beta_{14} X_{14} + \beta_{15} X_{15} + \beta_{16} X_{16} + \beta_{17} X_{17} + e_3$$

Di mana:

- Y₃ = Loyalitas Nasabah
- X₁ = Bukti Fisik
- X₂ = Keandalan
- X₃ = Daya Tanggap
- X₄ = Jaminan
- X₅ = Empati
- X₆ = Kepuasan
- X₇ = Kepercayaan
- β₀ = Konstanta
- β₁, β₂ = Koefisien regresi

$$e_1 = error$$

POPULASI DAN SAMPEL

Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah nasabah PT Bank BPR Boyolali (Perseroda)

Dalam menentukan data yang akan diteliti teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan metode pengambilan sampel di lapangan menggunakan teknik *insidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian responden yang dipilih adalah nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) sejumlah 100 nasabah

HASIL PENELITIAN

Tabel 1

Hasil Analisis Jalur Persamaan I

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	20,859	3,204		6,510	,000
	Bukti Fisik	-.027	,062	-.043	-.433	,666
	Kehandalan	,031	,072	,041	,429	,669
	Daya Tanggap	-.070	,065	-.104	-1,087	,280
	Jaminan	-.093	,050	-.188	-1,875	,064
	Empati	,275	,092	,318	2,993	,004

a. Dependent Variable: Kepuasan

Persamaan I:

$$Y_1 = -0,043 X_1 + 0,041 X_2 - 0,104 X_3 - 0,188 X_4 + 0,318 X_5 + e_1$$

Sig (0,666) (0,669) (0,280) (0,064) (0,004) **

Tabel 2

Hasil Analisis Jalur Persamaan II

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5,635	2,535		2,223	,029
	Bukti Fisik	,059	,049	,081	1,203	,232
	Kehandalan	,032	,057	,036	,555	,580
	Daya Tanggap	-.030	,051	-.037	-.577	,565
	Jaminan	-.039	,039	-.068	-1,001	,319
	Empati	,741	,073	,734	10,214	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Persamaan II:

$$Y_2 = 0,081 X_1 + 0,036 X_2 - 0,037 X_3 - 0,068 X_4 + 0,734 X_5 + e_2$$

Sig (0,232) (0,580) (0,565) (0,319) (0,000) **

Tabel 3

Hasil Analisis Jalur Persamaan III

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11,971	3,454		3,466	,001
	Bukti Fisik	,001	,056	,002	,023	,982
	Kehandalan	,017	,065	,023	,266	,791
	Daya Tanggap	-.016	,058	-.024	-.280	,780
	Jaminan	-.029	,045	-.060	-.643	,522
	Empati	,382	,119	,449	3,207	,002
	Kepuasan	-.009	,095	-.009	-.098	,922
	Kepercayaan	,108	,120	,129	,899	,371

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

$$Y_1 = 0,002 X_1 + 0,023 X_2 - 0,024 X_3 - 0,060 X_4 + 0,449 X_5 - 0,009 X_6 + 0,129 X_7$$

Sig (0,982) (0,791) (0,780) (0,522) (0,002) ** (0,922) (0,371)

Tabel 4

Hasil Uji t

Persamaan	Variabel	Variabel Dependen	Beta	Sig	Keterangan
1	Bukti Fisik	Kepuasan	-0,043	0,666	Tidak signifikan
	Kehandalan		0,041	0,669	Tidak signifikan
	Daya tanggap		-0,104	0,280	Tidak signifikan
	Jaminan		-0,188	0,064	Tidak signifikan
	Empati		0,318	0,004	Signifikan
2	Bukti Fisik	Kepercayaan	0,081	0,232	Tidak signifikan
	Kehandalan		0,036	0,580	Tidak signifikan
	Daya tanggap		-0,037	0,565	Tidak signifikan
	Jaminan		-0,068	0,319	Tidak signifikan
	Empati		0,734	0,000	Signifikan
3	Bukti Fisik	Loyalitas Nasabah	0,002	0,982	Tidak signifikan
	Kehandalan		0,023	0,791	Tidak signifikan
	Daya tanggap		-0,024	0,780	Tidak signifikan
	Jaminan		-0,060	0,522	Tidak signifikan
	Empati		0,449	0,002	Signifikan
	Kepuasan		-0,009	0,922	Tidak signifikan
	Kepercayaan	0,129	0,371	Tidak signifikan	

Tabel 5

Hasil Uji F Persamaan I

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	127,381	5	25,476	3,879	,003 ^a
	Residual	617,379	94	6,568		
	Total	744,760	99			

a. Predictors: (Constant), Empati, Kehandalan, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Tabel 6
 Hasil Uji F Persamaan II

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	631,769	5	126,354	30,749	,000 ^a
	Residual	386,271	94	4,109		
	Total	1018,040	99			

a. Predictors: (Constant), Empati, Kehandalan, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Jaminan
 b. Dependent Variable: Kepercayaan

Tabel 7
 Hasil Uji F Persamaan III

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239,519	7	34,217	6,522	,000 ^a
	Residual	482,671	92	5,246		
	Total	722,190	99			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Daya Tanggap, Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Kepuasan, Empati
 b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel 8
 Koefisien Determinasi (R²) Persamaan I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,414 ^a	,171	,127	2,563

a. Predictors: (Constant), Empati, Kehandalan, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Jaminan

Tabel 9
 Koefisien Determinasi (R²) Persamaan II

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,788 ^a	,621	,600	2,027

a. Predictors: (Constant), Empati, Kehandalan, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Jaminan

Tabel 10
 Koefisien Determinasi (R²) Persamaan III

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,576 ^a	,332	,281	2,291

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Daya Tanggap, Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Kepuasan, Empati
 b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel 10
 Koefisien Korelasi

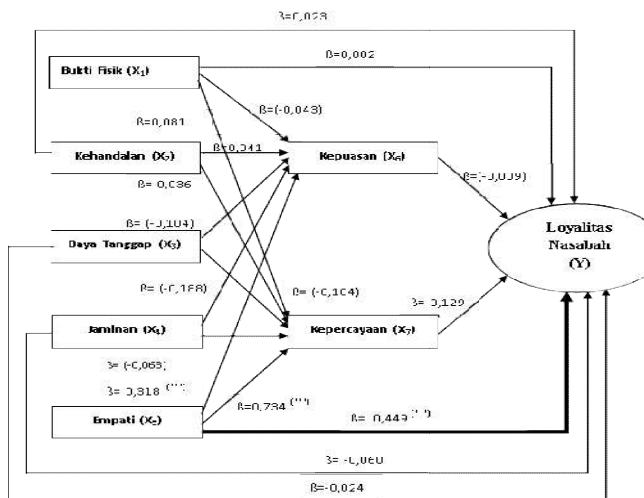
		Correlations							
		Bukti Fisik	Kehandalan	Daya Tanggap	Jaminan	Empati	Kepuasan	Kepercayaan	Loyalitas Nasabah
Bukti Fisik	Pearson Correlation	1	,162	,003	,003	-,294**	,057	,057	,304**
	Sig. (2-tailed)		,070	,978	,975	,003	,574	,002	,079
Kehandalan	Pearson Correlation	,100	1	,100	,100	,100	,100	,100	,100
	Sig. (2-tailed)	,182		,036	,095	,168	,101	,179	,126
Daya Tanggap	Pearson Correlation	,070	,070	1	,725	,345	,095	,317	,074
	Sig. (2-tailed)	,100	,100		,100	,100	,100	,100	,100
Jaminan	Pearson Correlation	,003	,003	,003	1	-,112	-,170	-,027	,097
	Sig. (2-tailed)	,978	,975	,978		,267	,091	,787	,339
Empati	Pearson Correlation	,003	-,095	-,112	1	-,326**	-,284**	-,306**	-,242*
	Sig. (2-tailed)	,975	,345	,267		,001	,004	,002	,015
Kepuasan	Pearson Correlation	,294**	,168	,170	-,326**	1	,356**	,780**	,566**
	Sig. (2-tailed)	,003	,095	,091	,001		,000	,000	,000
Kepercayaan	Pearson Correlation	,057	,101	-,027	-,284**	,356**	1	,431**	,226*
	Sig. (2-tailed)	,574	,317	,787	,004	,000		,000	,024
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	,304**	,179	,097	-,306**	,780**	,431**	1	,495**
	Sig. (2-tailed)	,002	,074	,339	,002	,000	,000		,000

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 11
 Hasil Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total

No	Antar Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
1	Bukti Fisik → Loyalitas Nasabah	0,002		
2	Kehandalan → Loyalitas Nasabah	0,023		
3	Daya Tanggap → Loyalitas Nasabah	-0,024		
4	Jaminan → Loyalitas Nasabah	-0,060		
5	Empati → Loyalitas Nasabah	0,449		
1	Bukti fisik → Kepuasan → Loyalitas Nasabah		(-0,043) x (-0,009) = 0,000387	0,002 + 0,000387 = 0,00238
2	Kehandalan → Kepuasan → Loyalitas Nasabah		0,041 x (-0,009) = -0,000369	0,023 + -0,000369 = 0,02336
3	Daya Tanggap → Kepuasan → Loyalitas Nasabah		(-0,104) x (-0,009) = 0,000936	-0,024 + 0,000936 = -0,02306
4	Jaminan → Kepuasan → Loyalitas Nasabah		(-0,188) x (-0,009) = 0,00169	(-0,060) + (-0,00169) = -0,06169
5	Empati → Kepuasan → Loyalitas Nasabah		0,318 x (-0,009) = -0,00286	0,449 + (-0,00286) = 0,4461
1	Bukti fisik → Kepercayaan → Loyalitas Nasabah		0,081 x 0,129 = 0,0104	0,002 + 0,0104 = 0,0124
2	Kehandalan → Kepercayaan → Loyalitas Nasabah		0,036 x 0,129 = 0,004	0,023 + 0,004 = 0,027
3	Daya Tanggap → Kepercayaan → Loyalitas Nasabah		(-0,104) x 0,129 = -0,013	(-0,024) + (-0,013) = -0,037
4	Jaminan → Kepercayaan → Loyalitas Nasabah		(-0,068) x 0,129 = -0,0087	(-0,060) + (-0,0087) = -0,0687
5	Empati → Kepercayaan → Loyalitas Nasabah		0,734 x 0,129 = 0,0946	0,449 + 0,0946 = 0,5436

METODE HASIL ANALISIS



PEMBAHASAN

Implikasi dari hasil pengujian tersebut direkomendasikan untuk manajemen dalam upaya perbaikan loyalitasnasabah di masa yang akan datang meliputi :

1. Pengaruh bukti fisik terhadap loyalitas nasabah

Hasil penelitian menunjukkan variabel bukti fisik berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini mengindikasikan apabila bukti fisik ditingkatkan maka juga akan meningkatkan loyalitas nasabah. Upaya peningkatan bukti fisik ditempuh dengan langkahlangkah melihat skor tertinggi dalam uji validitas variabel bukti fisik yang terletak pada butir pertanyaan 6,4 dan 5. Langkah yang direkomendasikan adalah sebagai berikut :

 - a. Memperhatikan dan memperbaiki penampilan gedung , seperti merubah pewarnaan gedung, atau mendesain ulang tata ruang kantor bagian dalam,
 - b. Meningkatkan kerapian penampilan karyawan dengan memperbaharui seragam karyawan agar terlihat rapi dan sopan dimata pelanggan.
 - c. Merenovasi ruang pelayanan yang disediakan pada ruang tunggu, dan menambahkan fasilitas penunjang sepeti kursi tunggu, AC,speaker informasi
2. Pengaruh keahlian terhadap loyalitas nasabah

Hasil penelitian menunjukkan variabel keahlian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini mengindikasikan apabila keahlian ditingkatkan maka juga akan meningkatkan loyalitas nasabah. Upaya peningkatan b keahlian ditempuh dengan langkah-langkah melihat skor tertinggi dalam uji validitas variabel keahlian yang terletak pada butir pertanyaan 4,2

- a. Karyawan harus melaksanakan tugas/jasa sesuai apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.
 - b. Menambah tingkat kecepatan pelayanan karyawan dalam melayani nasabah, sehingga nasabah tidak banyak menunggu
 - c. Karyawan wajib memperhatikan kejelasan penyampaian informasi kepada nasabah baik layanan maupun produk
3. Pengaruh daya tanggap terhadap loyalitas nasabah

Hasil penelitian pengaruh langsung menunjukkan variabel daya tanggap berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya apabila daya tanggap ditingkatkan maka loyalitas nasabah akan menurun, hal ini mengindikasikan daya tanggap tidak banyak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda), sehingga cukup dipertahankan saja

4. Pengaruh jaminan terhadap loyalitas nasabah

Hasil penelitian pengaruh langsung menunjukkan variabeljaminan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya apabila jaminan ditingkatkan maka loyalitas nasabah akan menurun, hal ini mengindikasikan jaminan tidak banyak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda), sehingga cukup dipertahankan saja
5. Pengaruh empati terhadap loyalitasnasabah

Hasil penelitian menunjukkan variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini mengindikasikan apabila empati ditingkatkan maka loyalitas nasabah juga akan meningkat. Upaya peningkatan empati ditempuh dengan langkahlangkah melihat skor tertinggi dalam uji validitas variabel empati yang terletak pada butir pertanyaan 3, 4 dan 2. Langkah yang direkomendasikan adalah sebagai berikut:

 - a. Karyawan harus mementingkan dan mengutamakan kepentingan nasabah
 - b. Selalu menyebutkan nama nasabah dengan sopan dan jelas saat memberikan pelayanan
 - c. Meningkatkan perhatian yang tulus yang bersifat individual yang diberikan kepada nasabah dengan selalu berupaya untuk memahami keinginan nasabah.

PENUTUP
Simpulan

Berdasarkan uraian BAB IV pada analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil Uji Hipotesis
 - a. Bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)

- b. Kehandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- c. Daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- d. Jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- e. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- f. Bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- g. Kehandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- h. Daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- i. Jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- j. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- k. Bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- l. Kehandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- m. Daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- n. Jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- o. Empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- p. Kepuasan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)
- q. Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)

2. Hasil Uji F

Hasil ujiserempak (Uji F) diketahui besarnya nilai F_{hitung} sebesar 6,522 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$, sehingga dapat disimpulkan secara simultan atau bersamasama variabel bukti fisik, kehandalan, dayatanggap, jaminan, empati, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)

3. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Dari hasil Uji Determinasi (R^2) nilai R^2 square total sebesar 0,7912 yang artinya variabel loyalitas nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). dijelaskan oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, dengan kepuasan dan kepercayaan sebagai variabel interverning sebesar 79,12% dan sisanya sebesar 20,88 % dijelaskan faktor lain diluar model penelitian.

4. Hasil pengaruh tidak langsung

Pengaruh langsung variabel daya tanggap dan jaminan terhadap loyalitas nasabah lebih besar dari pengaruh tidak langsung nya melalui variabel kepuasan, maka dari itu variabel kepuasan efektif menjadi variabel interverning variabel daya tanggap dan jaminan

Pengaruh langsung variabel bukti fisik terhadap loyalitas nasabah lebih besar dari pengaruh tidak langsung nya melalui variabel kepercayaan, maka dari itu variabel kepercayaan efektif menjadi variabel interverning variabel bukti fisik

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Pengambilan sampel dalam penelitian ini hanya pada nasabah PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Hal ini menjadikan kurangnya karakteristik responden yang diambil sebagai sampel sehingga sulit untuk digeneralisasikan pada obyek penelitian lainnya
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati), kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah. Adanya kemungkinan variabel variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah yang belum bisa dijabarkan dalam penelitian ini misalnya promosi, komitmen, dll
3. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu membuat analisis perhitungan berdasarkan data yang ada dan mendeskripsikannya secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki dengan tidak mengesampingkan bahwa peneliti akan membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya
4. Pengumpulan data menggunakan kuesioner maka terdapat kelemahan antara lain unsur subjektivitas dalam jawaban sangat besar sehingga pada saat responden menjawab kuesioner (instrumen penelitian) mungkin tidak memberikan jawaban yang benar/sungguh-sungguh sesuai dengan kenyataan yang ada, sehingga apa yang digeneralisasikan kurang tepat

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas, dalam rangka peningkatan loyalitas nasabah, penulis mengajukan beberapa saran dalam memilih variabel yang menjadi skala prioritas guna meningkatkan loyalitas nasabah dengan urutan sebagai berikut :

1. Empati merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas. Upaya peningkatan empati ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut :
 - a. Karyawan harus mementingkan dan mengutamakan kepentingan nasabah
 - b. Selalu menyebutkan nama nasabah dengan sopan dan jelas saat memberikan pelayanan
 - c. Meningkatkan perhatian yang tulus yang bersifat individual yang diberikan kepada nasabah dengan selalu berupaya untuk memahami keinginan nasabah.
2. Penelitian direkomendasikan untuk dikembangkan pada penelitian yang akan datang, sehingga akan mampu memperbaiki penelitian ini menjadi lebih baik, khususnya dalam mengkaji loyalitas nasabah
3. Penelitian yang akan datang disarankan dapat menambah jumlah sampel dan variabel penelitian yang lebih variatif

DAFTAR PUSTAKA

- A, Parasuraman. 2011. The Behavioral Consequences of Service Quality, *Jurnal of Marketing*. Vol 60.
- Aripin, Ubud Salim, Margono Setiawan dan Djumahir. 2013 “ Implications of Organizational Culture and Leadership Styles The Effects on Job Satisfaction and Organizational Performance Of Police Sector In Bandung, Cimahi, Garut West Java.” *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. Volume 7, Issue 5. pp.44-49.
- Bandu, Muh. Yunus. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN persero. Makassar barat.
- Barnes, J. G. 2016. Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan). Yogyakarta: Andi
- Bolang, V.R., Masie, J.D.D., Soegoto, A.S., 2015. Peran Pelayanan Teller dan Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado. *Jurnal Riset ekonomi, Manajemen Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 3.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2016. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Haris, D., & Henny, W. (2018). *Kualitas Dan Design Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta)*. Upajiw Dewantara Vol.2 No.2, hal.125-139
- Hurriyati, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA
- I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali*. *Jurnal Manajemen*. Vol.5, No.1.
- Iskandar, Dibyo, 2012, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Nasabah PD. BPR BKK Boyolali Kota)*, *Jurnal, STIE AUB Surakarta*
- Janet, B. 2009. *How to Turn Complaints into Loyalty*. (online)
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kheng, Lo Liang., dkk. 2010. *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia*. *International Journal of Marketing Studies* Vol. 2, No. 2; November 2010.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler Philip dan Armstrong Gary 2012, *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 Jakarta* :Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, A dan Susanto. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Paru dr.Ario Wirawan Salatiga*. *Jurnal Proceeding Health Architecture*. Vol 1 No.1
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rachmad Hidayat (2009). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*.
- Riduwan dan Sunarto. (2017). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, Yunita Kurnia. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing dan Corporate Social Responsibility terhadap Loyalitas dan Kepuasan*

- e-jurnal Program Magister Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa (STIE-AUB)
Surakarta (2021)
Nasabah Bank. Jurnal Bisnis & Manajemen Vol.
17, No. 2, 2017:1-14.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., Sabol, B. (2016), "Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges", Journal of Marketing, Vol. 66 No.1, pp.15-37
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Wicaksono, B.S., 2015. Pengaruh Self-Service Tehnologi Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Malang Kawi Kanwil Malang). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 25