

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA
PT. BANK RAKYAT INDONESIA UNIT SIULAK
DERAS KABUPATEN KERINCI**

SKRIPSI



Disusun Oleh :
DHEA LOURENSIA UTAMI
2110070530229

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi S1 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Baiturrahmah

**PROGRAM STUDI S1 PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
PADANG
2025**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH**

Skripsi, September 2025

Dhea Lourensia Utami

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci

VIII + 90 Halaman + 28 Tabel + 3 Gambar + 12 Lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan nasabah (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci. Untuk sampel yang terpilih menggunakan rumus slovin dan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria-kriteria tertentu dengan jumlah sampel 95 responden. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t_{hitung} sebesar $6,373 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis H1 diterima. Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t_{hitung} sebesar $5,763 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis H2 diterima.

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai F_{hitung} sebesar $57,505 > F_{tabel} 3,10$ dan signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis H3 dapat diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan nasabah (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Nilai koefisien determinasi yang dituliskan *R-Square* sebesar 0,556 hal ini dapat dijelaskan bahwa besarnya proporsi pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 55,6% sedangkan sisanya sebesar 44,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Daftar Bacaan : 42 (2018 -2024)

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
BAITURRAHMAH UNIVERSITY

Skripsi, September 2025

Dhea Lourensia Utami

The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Siulak Deras, Kerinci Regency

VIII + 90 Pages + 28 Tables + 3 Figures + 12 Appendices

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality (X_1) and customer satisfaction (X_2) on customer loyalty (Y) at PT. Bank Rakyat Indonesia, Siulak Deras Branch, Kerinci Regency. The selected sample was determined using the Slovin formula and purposive sampling technique, where respondents were chosen based on specific criteria, resulting in 95 respondents. The data used were primary and secondary data. The analysis method used was multiple linear regression analysis using the SPSS program.

Based on the results of the hypothesis testing conducted in this study, it can be concluded that, partially, service quality has a significant positive effect on customer loyalty with a t-value of $6.373 > t\text{-table } 1.661$ and a significance value of $0.000 < 0.05$, thus accepting hypothesis H1. Customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty with a t-value of $5.763 > t\text{-table } 1.661$ and a significance value of $0.000 < 0.05$, so hypothesis H2 is accepted.

Service quality and customer satisfaction simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty with a calculated F value of $57.505 > F\text{ table } 3.10$ and significance $0.000 < 0.05$, so hypothesis H3 can be accepted. Therefore, it can be concluded that service quality (X_1) and customer satisfaction (X_2) simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty (Y). The coefficient of determination, R-Square, is 0.556, indicating that the proportion of the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty is 55.6%, while the remaining 44.4% is influenced by other factors outside the variables used in this study.

Keywords : **Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty**

Reading List : **42 (2018 -2024)**

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesia (BRI) unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci.

Nama : Dhea Lourensia Utami

NPM : 2110070530229

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah di periksa, disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada Tanggal 02 September 2025

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Darman, M.Si., Akt
NIDN : 8991111024

Afrida, S.E., MM., Akt
NIDN : 1007087003

Pengesahan

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
DEKAN

Yefri Reswita, S.E.,M.Si.,Akt
NIDN : 1027017001

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesia (BRI) unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci.

Nama : Dhea Lourensia Utami

NPM : 2110070530229

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah di periksa, disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada Tanggal 02 september 2025.

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Darman, M.Si., Akt,
NIDN : 8991111024

Afrida, S.E, M.M, Akt
NIDN : 1007087003

Pengesahan

Ketua Program Studi Manajemen

Rina Febriani, S.E., M.Si
NIDN : 1008028401

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

NAMA : DHEA LOURENSIA UTAMI

NPM : 2110070530229

Dinyatakan Lulus Pada Ujian Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas

Baiturrahmah

Dengan Judul :

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas
Nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesua (BRI) Unit Siulak Deras Kabupaten**

Kerinci

Padang, 02 September 2025

Tim Penguji

Tanda Tangan

- | | | |
|-------------------------|-----------------------------------|---------------|
| 1. Ketua | : Dr. Yulihardi, M.M. | 1..... |
| 2. Penguji I | : Harry Wahyudi Ph.D | 2..... |
| 3. Penguji II | : Silvy Astari S.E.,M.Sc | 3..... |
| 4. Pembimbing I | : Drs. Darman, M.Si., Akt, | 4..... |
| 5. Pembimbing II | : Afrida, S.E, M.M, Akt | 5..... |

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Dhea Lourensia Utami
Tempat & Tanggal Lahir : Sungai Penuh, 17 Januari 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Agama : Islam
Nama Ayah : Abu Tiar
Nama Ibu : Usni Yenti
Anak Ke : 1 (satu)
Alamat : Sungai Batu Gantih, Kecamatan Gunung
Kerinci, Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi.

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MIN Seleman Tanjung Genting : Lulus Tahun 2015
2. SMP Negeri 28 Kerinci : Lulus Tahun 2018
3. SMA Negeri 12 Kerinci : Lulus Tahun 2021
4. Universitas Baiturrahmah : Lulus Tahun 2025

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dialah yang menurunkan Kitab Alqur'an kepadamu (Muhammad).

Diantaranya ada ayat-ayat yang muhkamat, itulah pokok Kitab Alqur'an dan yang lain mutasyabihat untuk mencari fitnah dan untuk mencari takwilnya, padahal tidak ada yang mengetahui takwilnya kecuali Allah. Dan orang-orang yang ilmunya mendalam berkata, "kami beriman kepadanya (Alqur'an), semuanya dari sisi Tuhan kami. "Tidak ada yang dapat mengambil pelajaran kecuali orang yang berakal."

(Q.A Ali Imran:7)

Ya Allah Ya Rabb...

Alhamdulillah segala puji syukur hamba ucapkan kepada-Mu atas segala Nikmat yang telah Engkau berikan kepada hamba ya rabb. Ya

Allah terima kasih Engkau telah mendengar doa-doa hamba dan memberikan kelancaran selama hamba menempuh pendidikan ini. Skripsi ini aku persembahkan untuk umak dan ayah serta keluarga yang aku sayangi, yang selalu mendoakan dan selalu memberikan support selama aku menempuh pendidikan.

Ama, Ayah....

Ama dan Ayah terimalah bukti kecil ini sebagai bentuk keseriusan anakmu ini dalam menempuh pendidikan untuk membalas setiap pengorbanan dan cucuran keringat mu untuk Dhea. Terimakasih atas ikhlas dan rela mengorbankan segalanya untuk Dhea. Meskipun Ama dan Ayah tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan tapi ama dan ayah berhasil mengantarkan dhea sampai menjadi sarjana. Gelar ini Dhea persembahkan untuk ama dan ayah.

Mama Tercinta (Usni Yenti)

Pintu surga ku, Ibu Usni Yenti terimakasih sudah menjadi mama yang hebat untuk dhea, terimakasih atas segala pengorbanan mama untuk dhea. menjadi wanita yang menghidupi anaknya sendiri tanpa sosok ayah mulai dari dalam kandungan 2 bulan sampai dhea berusia 5th memang tidak mudah ma, untuk itu gelar ini Dhea persembahkan untuk mama. Air mata ini tidak akan mampu membalas jasa-jasa

dan pengorbanan mama. Terimakasih setiap doa dalam sujud yang mama panjatkan untuk Dhea sehingga putri sulung mama menjadi seseorang sarjana. Terimakasih sudah menjadi mama yang terbaik yang selalu mengusahakan semuanya untuk dhea sehingga dhea tidak merasakan kekurangan.

Ayah Tercinta (Bendriadi)

Ayah cinta pertama anak perempuan nya, Ayah terimakasih atas pengorbanan ayah untuk Dhea, terimakasih sudah menjadi sosok ayah yang terbaik. Terimakasih sudah mengusahakan semuanya untuk Dhea sehingga Dhea bisa menggapai gelar sarjana. Berkat semua jerih payah ayah dan didikan ayah untuk membesarkan Dhea yang mengajarkan Dhea dari hal yang tidak tau apa-apa hingga sekarang Dhea bisa jadi seseorang sarjana. Terimakasih atas doa ayah selama ini sehingga allah kabulkan salah satu doa ayah yang mana putri sulung ayah telah menjadi seseorang sarjana.

Adikku Tercinta (Assifa dan Rafasya)

Terimakasih untuk adik kandung kakak Assifa dan Rafasya, kakak sangat berambisi selama ini untuk menjadi contoh yang baik untuk kalian berdua, walaupun didalam kehidupan dari kecil kita terlahir dengan banyak pergumulan, tapi pergumulan ini jangan jadi batu sandungan jadikanlah batu loncatan untuk mengembangkan talenta-talenta yang tuhan berikan didalam kehidupan kita bertiga. Tumbuhlah menjadi lebih baik dari kakak.

Dosen Pembimbing

Teristimewa untuk Bapak Drs. Darman, M.Si., Akt dan Ibuk Afrida, S.E, M.M, Akt, yang sudah membimbing Dhea dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih sudah menjadi orangtua kedua Dhea selama dikampus, semoga ilmu dan pengalaman yang ibuk berikan mendapat balasan dari Allah SWT.

Untuk seseorang

Seseorang yang penulis temui pada tahun ini (2025) Terimakasih atas support nya terimakasih atas semua bantuannya, dan terimakasih atas waktu yang penulis pinjam, Terimakasih sudah selalu bersedia mendengarkan keluh kesah penulis

Untuk Keluarga Tercinta

Untuk seluruh keluarga tercinta terkhususnya EXSI EKA SAPTIA Terimakasih sudah sama-sama berjuang selama 3thn ini. Kita lebih dari sahabat kita adalah keluarga. Dalam suka dan duka kita berbagi dan terimakasih atas segala support dan bantuannya yang diberikan kepada penulis disaat masa sulit mengerjakan skripsi ini.

Untuk Diri Sendiri

Terakhir, terimakasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis sendiri DHEA LOURENSIA UTAMI, S.M. Anak sulung yang berjalan memasuki usia 21 tahun, sangat keras kepala dan penuh ambisi. Terimakasih telah berusaha keras untuk menyakinkan dan menguatkan diri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini.

Aku tau tidak mudah menjadi dirimu (Dhea) namun izinkan aku berkata Terimakasih untuk semua luka yang tak kau tunjukan, untuk semua do'a yang kau panjatkan dalam diam, sehingga kamu bisa menyelesaikan pendidikan mu.

“Pada akhirnya ini semua hanyalah Permulaan”

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dhea Lourensia Utami
Npm : 2110070530229
Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Konsentrasi : Manajemen
Jenjang : Strata 1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi dalam penulisan skripsi saya yang berjudul: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesua (BRI) unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci.

Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan Tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Padang, 02 September 2025

Yang menyatakan



Dhea Lourensia Utami

2110070530229

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci”**. Penelitian skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari tahap awal sampai pada tahap akhir penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi :

1. Ibu Yefri Reswita, S.E., M.Si., Akt. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
2. Ibu Rina Febriani, S.E., M.Si. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
3. Bapak Chandra Syahputra, S.E., M.M selaku sekretaris Prodi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah Padang.
4. Bapak Drs. Darman, M.Si., Akt, selaku dosen pembimbing satu dan Ibu Afrida, S.E, M.M, Akt selaku dosen pembimbing dua yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Yulihardi, M.M. yang telah berkenan sebagai ketua penguji sidang skripsi.
6. Bapak Harry Wahyudi Ph.D dan Ibu Silvy Astari S.E.,M.Sc yang telah berkenan sebagai tim penguji sidang skripsi.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil serta doa yang selalu dipanjatkan sehingga Penelitian ini dapat selesai dengan baik dan lancar.
8. Rekan-rekan seangkatan, sahabat, dan semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap Allah SWT. berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Peneliti terbuka terhadap kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu.

Padang, September 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1. Kajian Teori.....	16
2.1.1. Loyalitas Nasabah	16
2.1.2. Kualitas Pelayanan	19
2.1.3. Kepuasan Nasabah	22
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	34
2.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	34
2.3.2. Hubungan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah	34
2.3.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah	35
2.4. Kerangka Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Desain Penelitian.....	38
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.3. Variabel Penelitian	39
3.3.1. Variabel Independen (X).....	39
3.3.2. Variabel Dependen (Y)	39
3.4. Populasi dan Sampel	39

3.4.1. Populasi	39
3.4.2. Sampel.....	40
3.5. Jenis Data dan Sumber Data.....	41
3.5.1. Jenis data	41
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	42
3.6. Definisi Operasional.....	43
3.7. Instrumen Penelitian.....	44
3.8. Uji Instrument Penelitian	46
3.8.1. Uji Validitas	46
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	47
3.8.3. Uji TCR (Tingkat Capaian Responden)	48
3.9. Teknik Analisis Data	49
3.9.1. Uji Asumsi Klasik	49
3.9.2. Analisis Regresi Linear Berganda	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Profil Objek Penelitian	55
4.1.1. PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI).....	55
4.1.2. Visi Dan Misi	56
4.1.3. Struktur Organisasi.....	56
4.2. Karakteristik Responden	58
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	60
4.3.1. Uji Validitas	60
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	64
4.4. Tingkat Capaian Responden.....	65
4.4.1. Loyalitas Nasabah (Y).....	65
4.4.2. Kualitas Pelayanan (X_1)	67
4.4.3. Kepuasan Nasabah (X_2)	70
4.5. Uji Asumsi Klasik	71
4.5.1. Uji Normalitas	71
4.5.2. Uji Multikolinearitas	72
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas	73

4.5.4. Uji Autokorelasi	74
4.6. Uji Hipotesis.....	75
4.6.1. Uji Regresi Linear Berganda.....	75
4.6.2. Uji Parsial (Uji T).....	77
4.6.3. Uji Simultan (Uji F)	78
4.6.4. Uji R-Square (Determinan).....	79
4.7. Pembahasan.....	80
4.7.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah	80
4.7.2. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah	81
4.7.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Secara Simultan Terhadap Loyalitas Nasabah	82
BAB V PENUTUP.....	83
5.1. Kesimpulan.....	83
5.2. Implikasi.....	84
5.3. Keterbatasan Penelitian	87
5.4. Saran Penelitian.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
1. 1 Jumlah Nasabah Bank BRI Unit Siulak Deras.....	4
1. 2 Rincian Sektor Kredit Yang Disalurkan Oleh Bank Bri Unit Siulak Deras Tahun 2020-2024.....	7
1. 3 Pra Survey Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank BRI Unit Siulak Deras	9
1. 4 Pra Survey Kualitas Pelayanan Pada PT.Bank BRI Unit Siulak Deras	11
1. 5 Pra Survey Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank BRI Unit Siulak Deras	12
2. 1 Penelitian Terdahulu	31
3. 1 Kriteria Sampel	41
3. 2 Instrumen Penelitian.....	45
3. 3 Bobot Penilaian Jawaban Responden.....	46
3. 4 Ketentuan Tingkat Capaian Responden	48
4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	60
4. 5 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Loyalitas Nasabah	61
4. 6 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Kualitas Pelayanan	62
4. 7 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Kepuasan Nasabah	64
4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	65
4. 9 Tingkat Capaian Responden Loyalitas Nasabah (Y)	65
4. 10 Tingkat Capaian Responden Kualitas Pelayanan (X_1).....	68
4. 11 Tingkat Capaian Responden Kepuasan Nasabah (X_2).....	70
4. 12 Hasil Uji Normalitas	72
4. 13 Hasil Uji Multikoloniaritas	73
4. 14 Hasil Uji Autokorelasi.....	75
4. 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	76
4. 16 Hasil Uji T.....	77
4. 17 Hasil Uji F.....	79
4. 18 Hasil Uji R-Square (Determinan)	80

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
2. 1 Kerangka Penelitian	37
4. 1 Struktur Organisasi PT. Bank BRI Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci...	57
4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kusioner Penelitian.....	95
Lampiran 2 Surat Izin Melakukan Penelitian.....	101
Lampiran 3 Surat Balasan Izin Melakukan Penelitian Dari Perusahaan.....	103
Lampiran 4 Surat Izin Permintaan Data Awal	105
Lampiran 5 Tabulasi Penelitian 30 Responden.....	107
Lampiran 6 Hasil Uji Valid dan Reliabilitas.....	109
Lampiran 7 Tabulasi Penelitian	113
Lampiran 8 Hasil Penelitian.....	117
Lampiran 9 Tingkat Capaian Responden.....	132
Lampiran 10 SAPS.....	136
Lampiran 11 Turnitin	143
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian.....	146

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan di Indonesia saat ini menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat, sehingga keberadaan perbankan menjadi semakin penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam era modern dengan tingkat persaingan yang semakin ketat, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan faktor kunci dalam membangun serta mempertahankan loyalitas nasabah. Sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, Bank Rakyat Indonesia (BRI) memiliki tanggung jawab untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu memberikan kepuasan yang optimal bagi nasabahnya.

Sejalan dengan meningkatnya persaingan bisnis, bank-bank kini berusaha memenangkan hati nasabah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan serta kinerja organisasi. Tujuannya adalah untuk menciptakan kepuasan yang tinggi, membangun loyalitas nasabah, serta menjaga kepercayaan agar nasabah tidak beralih ke bank lain. Peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya berfungsi sebagai strategi untuk memenangkan persaingan, tetapi juga sebagai upaya memperkuat reputasi dan keuntungan bank.

Di Indonesia, persaingan antarbank semakin jelas terlihat dari banyaknya bank milik pemerintah maupun swasta yang menawarkan beragam produk perbankan dengan kualitas layanan yang berbeda-beda. Kondisi ini menuntut setiap bank, termasuk BRI, untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah sebagai kunci keberhasilan dalam menjaga pangsa pasar dan profitabilitas.

Menurut Budaharini et al. (2022), loyalitas nasabah tercermin melalui perilaku pembelian yang konsisten, yang merupakan refleksi dari sikap positif terhadap perusahaan. Hal senada diungkapkan oleh Afifah & Kurniawati (2021) bahwa loyalitas juga mencakup strategi yang menguntungkan baik perusahaan maupun nasabah. Pérez-Morón et al. (2022) menambahkan bahwa loyalitas nasabah menggambarkan kecenderungan psikologis untuk mempercayai produk, layanan, maupun merek perusahaan. Loyalitas dapat terlihat dari dukungan nasabah terhadap layanan yang ditawarkan (Panday & Nursal, 2021).

Muzarkosah & Syarifah (2022) menjelaskan bahwa loyalitas dapat berupa pembelian ulang terhadap merek yang sama secara konsisten, bahkan disertai dengan rekomendasi kepada orang lain. Selanjutnya, Kasanah & Hanifah (2023) menyatakan bahwa loyalitas terbentuk melalui pengalaman, persepsi, dan harapan nasabah dalam menggunakan produk atau layanan perbankan. Dengan demikian, loyalitas mencerminkan sikap sekaligus pola perilaku nasabah dalam berinteraksi dengan bank.

Lebih lanjut, Supriyanto et al. (2021) mengemukakan bahwa loyalitas nasabah memiliki empat indikator utama, yaitu cognitive loyalty, affective loyalty, conative loyalty, dan action loyalty. Susriyanti et al. (2023) menambahkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas mencakup kepuasan, kualitas produk, kemudahan akses, dan dukungan pelanggan. Sedangkan menurut Abror et al. (2020), terdapat enam faktor penting, yakni kualitas layanan, kepuasan nasabah, nilai yang dirasakan, kepercayaan, citra merek, dan hubungan pelanggan.

Salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas adalah kualitas pelayanan. Hidayat & Sulistyani (2021) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan merupakan isu sentral yang menentukan loyalitas nasabah, terutama dalam sektor jasa seperti perbankan. Peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya berfungsi sebagai sarana mempertahankan nasabah, tetapi juga menjadi inti dari keberlangsungan bisnis bank. Pérez-Morón et al. (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan nasabah, dengan penilaian yang bersifat menyeluruh dari pengalaman nasabah.

Menurut Permana dalam Sari & Endriastuti (2024), kualitas pelayanan juga dapat dipandang sebagai strategi perusahaan dalam membangun kepercayaan terhadap jasa yang ditawarkan. Parasuraman (dalam Wiyase, 2022) menegaskan bahwa terdapat dua faktor utama yang memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Selanjutnya, Cahyono et al. (2020) menguraikan lima indikator kualitas pelayanan, yakni keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik (*tangible*).

Selain kualitas pelayanan, kepuasan nasabah juga berperan penting dalam membentuk loyalitas. Panday & Nursal (2021) menyatakan bahwa kepuasan nasabah timbul dari kesesuaian antara layanan yang diharapkan dengan yang diterima. Sementara itu, Puspita & Wardi (2020) mendefinisikan kepuasan sebagai sikap, penilaian, dan respon emosional nasabah terhadap produk dan layanan yang mereka peroleh.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah terbentuk melalui kualitas pelayanan dan kepuasan yang dirasakan nasabah.

Semakin tinggi kualitas pelayanan dan kepuasan yang diberikan bank, semakin besar pula kemungkinan nasabah untuk tetap setia dan tidak berpindah ke bank lain.

Berikut dapat dilihat tabel data jumlah nasabah Bank BRI Unit Siulak Deras selama 5 tahun terakhir, yaitu dari tahun 2020 hingga 2025, yang menunjukkan perkembangan dan pertumbuhan nasabah Bank BRI Unit Siulak Deras.

Tabel 1. 1
Jumlah Nasabah Bank BRI Unit Siulak Deras

Tahun	Jumlah Nasabah		Total
	Penabung	Peminjam	
2020	1.232	528	1.760
2021	1.196	504	1.700
2022	1.215	612	1.827
2023	1.449	621	2.070
2024	1.341	574	1.915

Sumber : Bank BRI Unit Siulak Deras, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 menyajikan data mengenai jumlah nasabah penabung dan peminjam di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Siulak Deras selama periode 2020 hingga 2024. Secara umum, terjadi fluktuasi jumlah total nasabah dari tahun ke tahun, yang menunjukkan ketidakstabilan dalam mempertahankan basis nasabah. Jumlah total nasabah tercatat sebanyak 1.760 orang pada tahun 2020, menurun menjadi 1.700 pada tahun 2021, meningkat signifikan pada tahun 2023 menjadi 2.070, namun kembali menurun menjadi 1.915 pada tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah belum sepenuhnya stabil dan konsisten.

Jumlah nasabah penabung cenderung mengalami peningkatan, dari 1.232 pada tahun 2020 menjadi 1.449 pada tahun 2023, sebelum akhirnya menurun menjadi 1.341 pada tahun 2024. Di sisi lain, jumlah nasabah peminjam juga

mengalami dinamika, dengan penurunan dari 528 (tahun 2020) menjadi 504 (tahun 2021), kemudian meningkat menjadi 621 (tahun 2023), dan kembali menurun menjadi 574 pada tahun 2024. Fenomena naik turunnya jumlah penabung dan peminjam ini patut dicermati sebagai indikator bahwa terdapat potensi ketidaksesuaian antara ekspektasi nasabah terhadap layanan yang diberikan dan pengalaman nyata yang mereka rasakan.

Kondisi ini mengindikasikan adanya kemungkinan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah, baik bagi penabung maupun peminjam. Ketika pelayanan dianggap tidak profesional, lambat, atau tidak responsif, hal ini dapat berdampak langsung pada kepuasan nasabah. Rendahnya kepuasan, dalam jangka panjang, berisiko menurunkan loyalitas, yang tercermin dari berkurangnya jumlah nasabah aktif.

Terlebih lagi Bank BRI Unit Siulak Deras memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui penyaluran kredit kepada berbagai sektor ekonomi. Sektor-sektor ini mencakup pertanian, perdagangan, industri, dan jasa, yang masing-masing memiliki karakteristik dan tantangan unik yang mempengaruhi jumlah kredit yang disalurkan. Sektor pertanian, sebagai pilar ekonomi lokal, cenderung stabil meskipun dipengaruhi oleh faktor cuaca dan kredit di sektor ini digunakan untuk pembelian alat, benih, dan pengembangan lahan. Hal ini memungkinkan petani untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas hasil pertanian, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal.

Sektor perdagangan, yang mencakup bisnis eceran dan grosir, cenderung fluktuatif dan dipengaruhi oleh tren pasar dan kondisi ekonomi. Permintaan dan

penawaran barang dapat berubah-ubah, sehingga mempengaruhi jumlah kredit yang disalurkan kepada sektor ini. Namun, dengan penyaluran kredit yang tepat, sektor perdagangan dapat meningkatkan aktivitas ekonomi dan menciptakan lapangan kerja.

Sektor industri, yang meliputi manufaktur dan produksi, sering dipengaruhi oleh permintaan global dan biaya bahan baku. Pertumbuhan sektor ini dapat mencerminkan pemulihan ekonomi, sehingga penyaluran kredit kepada sektor ini dapat meningkatkan aktivitas ekonomi dan menciptakan lapangan kerja.

Dengan memahami dinamika setiap sektor, kita dapat melihat bagaimana Bank BRI Unit Siulak Deras beradaptasi dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal melalui penyaluran kredit. Penyaluran kredit yang tepat dapat meningkatkan aktivitas ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Berikut tabel Rincian sektor kredit yang disalurkan oleh bank BRI unit siulak deras.

Tabel 1. 2
Rincian Sektor Kredit Yang Disalurkan Oleh Bank Bri Unit Siulak Deras Tahun 2020-2024

Tahun	Sektor				
	Pertanian	Perdagangan	Industri	Jasa	Total Kredit
2020	Rp.5.500.000.000	Rp.3.500.000.000	Rp.2.600.000.000	Rp.2.000.000.000	Rp.13.600.000.000
2021	Rp.6.000.000.000	Rp.3.200.000.000	Rp.3.200.000.000	Rp.2.400.000.000	Rp.14.800.000.000
2022	Rp.5.800.000.000	Rp.4.000.000.000	Rp.3.500.000.000	Rp.2.500.000.000	Rp.15.800.000.000
2023	Rp.6.500.000.000	Rp.4.200.000.000	Rp.3.800.000.000	Rp.2.700.000.000	Rp.17.200.000.000
2024	Rp.6.300.000.000	Rp.4.100.000.000	Rp.3.600.000.000	Rp.2.600.000.000	Rp.16.600.000.000

Sumber : Bank BRI Unit Siulak Deras, 2025

Pada tabel 1.2 Dalam data yang disajikan, terlihat adanya variasi dalam jumlah kredit yang disalurkan setiap tahun dari tahun 2020 hingga tahun/. 2024. Pada tahun 2020 industri perbankan menghadapi tantangan besar akibat pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia. Pandemi ini menyebabkan banyak bisnis dan individu mengalami kesulitan keuangan, sehingga permintaan kredit menurun. Namun, Bank BRI Unit Siulak Deras tetap menyalurkan kredit sebesar Rp13.600.000.000, menunjukkan komitmen bank untuk mendukung kegiatan ekonomi lokal. Meskipun demikian, proses penyaluran kredit mungkin mengalami kesulitan akibat pembatasan sosial dan ekonomi yang diterapkan.

Pada tahun 2021, total kredit meningkat menjadi Rp14.800.000.000 karena bank berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepercayaan nasabah setelah pandemi. Peningkatan jumlah kredit yang disalurkan menunjukkan bahwa bank berhasil meningkatkan kepuasan nasabah dan meningkatkan kegiatan ekonomi lokal. lalu ditahun 2022 total kredit meningkat lagi menjadi Rp15.800.000.000. Setiap tahun setelahnya menunjukkan pola naik turun yang berbeda, yaitu Rp17.200.000.000 di tahun 2023 dan mengalami penurunan Rp16.600.000.000 di tahun 2024. Penurunan jumlah kredit yang disalurkan menunjukkan bahwa bank perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Fluktuasi kredit yang disalurkan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, karena nasabah yang tidak dapat menerima kredit sesuai dengan kebutuhan mereka cenderung akan merasa tidak puas dengan pelayanan bank. Oleh karena itu, bank harus memastikan bahwa proses penyaluran kredit yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka. Dalam jangka panjang, kualitas

pelayanan dan kepuasan nasabah yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas nasabah, sehingga nasabah akan mempertahankan hubungan dengan bank tersebut. Oleh karena itu, bank harus memastikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka, sehingga nasabah loyal terhadap bank.

Untuk melihat fenomena terkait Loyalitas Nasabah pada PT.Bank BRI Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci, maka dilakukan survey awal kepada 30 Responden dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Pra Survey Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank BRI Unit Siulak Deras

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1.	Saya berniat untuk melakukan transaksi perbankan kembali di Bank BRI unit Siulak Deras apabila saya membutuhkan layanan keuangan di masa mendatang.	17	57%	13	43%
2.	Saya merasa nyaman dan percaya diri untuk merekomendasikan produk atau layanan Bank BRI unit Siulak Deras kepada orang lain karena reputasinya yang baik.	26	87%	4	13%
3.	Saya merasa memiliki ikatan emosional yang kuat dengan BRI unit Siulak Deras dalam jangka panjang meski ada banyak alternative Bank lain.	16	53%	14	47%
4.	Jika saya membutuhkan produk tambahan (misalnya tabungan baru, deposito, atau aplikasi kredit), saya lebih memilih menambah atau memperluas layanan saya di BRI Unit Siulak Deras daripada membuka rekening baru di bank lain.	21	70%	9	30%
5.	Saya cenderung melakukan transaksi rutin (misalnya setor tunai, tarik tunai, atau transfer) berulang kali di BRI Unit Siulak Deras tanpa mencari pilihan bank lain.	19	63%	11	37%
Rata-Rata		60%		40%	

Sumber : Data primer, 2025

Berdasarkan hasil pra-survei yang ditampilkan dalam Tabel 1.3, Rata-rata loyalitas nasabah adalah 60% yang menunjukkan tingkat loyalitas berada pada kategori cukup tetapi belum optimal. Kekuatan terbesar terlihat pada rekomendasi (87%) dan penggunaan produk tambahan (70%), yang menandakan nasabah puas dan percaya terhadap BRI. Kelemahan utama terletak pada ikatan emosional (53%) dan niat transaksi ulang (57%), yang relatif rendah. Hal ini menunjukkan sebagian nasabah masih pragmatis, memilih bank berdasarkan kebutuhan jangka pendek, bukan karena keterikatan jangka panjang. Dengan kondisi ini, BRI Unit Siulak Deras perlu memperkuat strategi retensi dan engagement, misalnya melalui peningkatan kualitas layanan personal, pemberian program loyalitas, atau pendekatan emosional agar nasabah merasa lebih terikat. Pra -survei awal ini menggambarkan bahwa loyalitas nasabah sudah cukup baik tetapi masih rentan, terutama dalam aspek ikatan emosional dan konsistensi transaksi ulang.

Kondisi ini mencerminkan bahwa loyalitas nasabah belum terbentuk secara kuat, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh kualitas pelayanan maupun tingkat kepuasan yang dirasakan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas mereka di BRI Unit Siulak Deras.

Berdasarkan hasil pra-survei loyalitas nasabah, perlu ditinjau lebih lanjut salah satu faktor yang diduga berperan penting, yaitu kualitas pelayanan yang diberikan oleh BRI Unit Siulak Deras. Kemudian pada proposal ini penulis telah melakukan survey awal mengenai kualitas pelayanan pada nasabah Bank BRI Unit Siulak Deras yang penulis tampilkan pada tabel berikut :

Tabel 1. 4
Pra Survey Kualitas Pelayanan Pada PT.Bank BRI Unit Siulak Deras

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1.	Kantor BRI Unit Siulak Deras memiliki fasilitas fisik seperti area layanan, ruang tunggu, dan sistem antrian yang bersih, nyaman, dan tertata rapi.	19	37%	11	63%
2.	Pegawai mampu memberikan layanan sesuai waktu yang dijanjikan tanpa menunda-nunda proses transaksi	17	37%	13	63%
3.	Pegawai menunjukkan respons yang cepat dan tanggap saat saya menyampaikan keluhan atau pertanyaan.	16	53%	14	47%
4.	Pegawai menunjukkan rasa tanggung jawab dalam menangani kesalahan atau masalah yang saya alami	15	50%	15	50%
5.	Pegawai selalu bersikap sopan, sabar, dan menghargai saya dalam setiap interaksi, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi.	21	70%	9	30%
Rata-Rata		57%		43%	

Sumber : Data primer, 2025

Berdasarkan hasil pra-survei yang disajikan pada Tabel 1.4 Secara keseluruhan, rata-rata kualitas pelayanan dinilai 57% “Ya” dan 43% “Tidak”, artinya pelayanan cukup baik tetapi belum optimal. Pra-survei awal mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan di BRI Unit Siulak Deras masih belum konsisten. Nasabah sudah mengakui keramahan pegawai, tetapi mereka masih mengeluhkan keterbatasan fasilitas dan keterlambatan layanan. Jika hal ini tidak segera diperbaiki, loyalitas nasabah berisiko menurun meskipun citra pelayanan interpersonal pegawai cukup baik.

Berikut disajikan survey awal mengenai kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Siulak Deras yang penulis tampilkan pada tabel berikut :

Tabel 1. 5
Pra Survey Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank BRI Unit Siulak Deras

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1.	Saya merasa biaya administrasi dan suku bunga produk di BRI Unit Siulak Deras sebanding dengan manfaat yang saya peroleh.	18	60%	12	40%
2.	Informasi promosi produk dan layanan BRI Unit Siulak Deras (misalnya: bunga khusus, cashback, atau program hadiah) mudah diakses dan saya pahami dengan baik.	22	73%	8	27%
3.	Lokasi kantor BRI Unit Siulak Deras sangat strategis dan memudahkan saya untuk datang, baik menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum.	15	50%	15	50%
4.	Fasilitas fisik di kantor BRI Unit Siulak Deras (misalnya: ATM yang berfungsi, mesin antrian, ruang layanan, sarana kebersihan) selalu terjaga dengan baik.	16	53%	14	47%
5.	Secara keseluruhan, kualitas produk dan pelayanan BRI Unit Siulak Deras sesuai dengan harapan saya sebagai nasabah.	17	57%	13	43%
Rata-Rata		51%		49%	

Sumber: Data primer, 2025

Berdasarkan hasil pra-survei yang ditampilkan pada Tabel 1.5 mengenai kepuasan nasabah terhadap layanan PT. Bank BRI Unit Siulak Deras, Rata-rata kepuasan nasabah adalah 51% “Ya” dan 49% “Tidak”, yang berarti kepuasan nasabah berada pada kategori cukup rendah dan belum stabil. Pra-survei awal menunjukkan bahwa kepuasan nasabah di BRI Unit Siulak Deras masih rentan, karena hanya sedikit di atas 50%. Walaupun informasi produk dinilai baik, namun masalah aksesibilitas kantor, fasilitas fisik, serta persepsi terhadap biaya masih menjadi kendala utama yang berpotensi menurunkan kepuasan nasabah jika tidak segera diperbaiki.

Dengan melihat perilaku masyarakat yang dapat berubah setiap waktu, serta persaingan dari bisnis perbankan yang semakin banyak di Kerinci, sedikit banyaknya akan mempengaruhi loyalitas masyarakat secara umum. Hal ini bisa terjadi karena pesaing dapat menawarkan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik. Sehingga PT. Bank BRI Unit Siulak Deras harus tetap berusaha dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka mewujudkan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BRI Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci.

Pada proposal ini, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Ridwan et al., (2024) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sinarmas”. Pada penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sementara itu kepuasan nasabah berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Secara bersama-sama (simultan) kedua variabel tersebut dapat berpengaruh.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Bri Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Untuk bahan pengetahuan dan memperluas wawasan peneliti dalam bidang pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

2. Bagi Perusahaan

Untuk bahan pertimbangan atau masukan terkait kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah serta pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan informasi bagi pihak yang berkepentingan untuk mengkaji masalah yang sama di masa mendatang..

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1.Kajian Teori

2.1.1. Loyalitas Nasabah

2.1.1.1. Definisi Loyalitas Nasabah

Menurut Kotler, Keller, dan Chernev (2021) loyalitas nasabah didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan produk atau jasa favorit di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas tercermin melalui perilaku pembelian berulang, pemberian rekomendasi kepada orang lain, serta resistensi terhadap produk sejenis. Menurut Tjiptono, F. (2019) Loyalitas sebagai situasi di mana konsumen memiliki pikiran yang baik atau positif terhadap produk atau jasa suatu perusahaan, yang disertai dengan pembelian ulang secara konsisten.

Menurut Glinkskienė dalam Zahara, (2020:33) loyalitas dapat diartikan sebagai pembelian ulang. Hal ini sejalan dengan pendapat Gudynaitė dalam Zahara, (2020:33) yang menegaskan bahwa loyalitas telah lama menjadi konsep penting dalam pemasaran, yang ditandai dengan kecenderungan konsumen secara konsisten membeli merek tertentu. Hudaya (2021:25) juga menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk yang disukai secara berkelanjutan di masa depan, meskipun terdapat pengaruh situasional atau aktivitas pemasaran dari pesaing.

Sementara itu, Pérez-Morón et al. (2022) mendefinisikan loyalitas nasabah sebagai kecenderungan psikologis konsumen untuk mempercayai produk atau merek perusahaan. Pandangan ini sejalan dengan Panday & Nursal (2021:150) yang

melihat loyalitas sebagai dukungan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Menurut Muzarkosah & Syarifah (2022:58), loyalitas diwujudkan dalam pembelian kembali terhadap merek yang sama serta kesediaan merekomendasikannya kepada orang lain. Menurut Hudaya (2021:25) dalam bukunya, loyalitas adalah komitmen konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk yang disukai secara berkelanjutan di masa depan, meskipun terdapat pengaruh situasional atau aktivitas pemasaran dari pesaing.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah merupakan aspek penting dalam keberlangsungan usaha, terutama di sektor perbankan, asuransi, dan jasa keuangan. Faktor-faktor seperti kepuasan, pengalaman, kepercayaan, komitmen, dan brand equity menjadi fondasi utama dalam membangun loyalitas yang pada akhirnya berdampak positif terhadap profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan.

2.1.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Menurut Susriyanti et al., (2023:5) faktor-faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah kepuasan pelanggan, kualitas produk, kemudahan akses, dan dukungan pelanggan. Sedangkan menurut Abror et al., (2020) ada 6 faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu:

1. Kualitas Layanan (*service Quality*)

Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, sehingga menciptakan loyalitas.

2. Kepuasan Nasabah (*Customer Satisfaction*)

Jika nasabah merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan, mereka cenderung tetap setia dan merekomendasikannya kepada orang lain.

3. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan, baik dalam hal keamanan transaksi, integritas, dan transparansi, adalah kunci membangun loyalitas nasabah jangka panjang.

4. Nilai yang Dirasakan (*Perceived Value*)

Jika nasabah merasakan bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik loyalitas nasabah.

5. Citra Merek (*Brand Image*)

Citra merek yang positif memiliki citra positif baik dari segi keandalan, kualitas, maupun reputasi, dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

6. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship*)

Interaksi yang baik dan personal dengan nasabah dapat membangun hubungan yang kuat dan mendorong loyalitas nasabah.

2.1.1.3. Indikator Loyalitas Nasabah

Indikator loyalitas nasabah adalah ukuran atau kriteria yang digunakan untuk menilai tingkat kesetiaan atau loyalitas nasabah terhadap bank. Menurut Supriyanto et al., (2021) adapun indikator loyalitas nasabah sebagai berikut :

1. *Cognitive Loyalty* (Loyalitas Kognitif)

Loyalitas kognitif muncul berdasarkan pengetahuan atau informasi rasional yang dimiliki nasabah mengenai suatu produk atau layanan. Nasabah memilih tetap menggunakan produk/jasa karena menilai secara logis bahwa produk tersebut lebih baik dibandingkan yang lain.

2. *Affective Loyalty* (Loyalitas Afektif)

Loyalitas afektif terbentuk dari ikatan emosional atau kepuasan nasabah

terhadap pengalaman mereka selama menggunakan layanan. Nasabah merasa nyaman, puas, atau memiliki kedekatan emosional dengan merek atau institusi, sehingga mereka cenderung tetap setia meskipun ada alternatif lain.

3. *Conative Loyalty* (Loyalitas Konatif)

Loyalitas konatif merupakan bentuk loyalitas yang mencerminkan keinginan kuat (niat) dari nasabah untuk terus menggunakan produk atau jasa di masa depan. Meski belum sampai pada tindakan nyata, nasabah menunjukkan komitmen psikologis untuk tetap setia.

4. *Action Loyalty* (Loyalitas Tindakan)

Loyalitas tindakan merupakan bentuk loyalitas tertinggi, di mana nasabah tidak hanya berniat, tetapi juga sudah mengambil tindakan nyata untuk terus menggunakan produk/jasa secara konsisten.

2.1.2. **Kualitas Pelayanan**

2.1.2.1. **Definisi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang secara umum memengaruhi loyalitas nasabah dan menjadi faktor utama dalam terciptanya kepuasan pada perusahaan jasa. Peningkatan kualitas layanan merupakan salah satu strategi utama untuk mempertahankan nasabah, karena hal ini menjadi inti dari bisnis sektor jasa, termasuk industri perbankan. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan perhatian serius terhadap kualitas pelayanan dengan cara meningkatkan seluruh aspek yang dapat menunjang kebutuhan pelanggan (Hidayat & Sulistyani, 2021).

Menurut Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat

keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Senada dengan hal tersebut, Sagala et al. (2021) menegaskan bahwa kualitas pelayanan berpedoman pada tingkat kesempurnaan layanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen.

Lebih lanjut, Marlius & Putriani (2020) menjelaskan bahwa layanan memang dapat dirasakan oleh pelanggan, tetapi kualitasnya tidak hanya bergantung pada sikap maupun perilaku pegawai. Perusahaan harus mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki agar mampu memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini sejalan dengan pandangan Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2020:142) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat dipandang sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan.

Selain itu, kualitas pelayanan juga dapat dipahami sebagai strategi perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan terhadap jasa yang ditawarkan. Permana dalam Sari & Endriastuti, (2024) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Sementara itu, Ramadhan (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen pada dasarnya ditentukan oleh perbedaan antara harapan serta keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka terhadap layanan yang diterima.

Jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan yang diinginkan maka nasabah akan merasa kecewa dan jika pelayanan nasabah lebih tinggi dari yang diharapkan maka nasabah akan merasa puas. Selai itu, memberikan kualiatas

layanan yang baik secara berkesinambungan juga akan menghasilkan loyalitas nasabah yang tinggi terhadap perusahaan.

2.1.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Wiyase, (2022) ada dua faktor utama yang memengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*

1. *Expected Service*

merujuk pada harapan nasabah terhadap pelayanan yang akan diterima sebelum berinteraksi langsung dengan penyedia jasa. Harapan ini terbentuk melalui pengalaman sebelumnya, promosi atau janji layanan dari perusahaan, kebutuhan pribadi, serta rekomendasi dari pihak lain.

2. *Perceived Service*

adalah persepsi nyata nasabah terhadap pelayanan yang benar-benar mereka alami setelah menerima layanan. Persepsi ini mencakup aspek seperti ketepatan waktu pelayanan, sikap dan keramahan petugas, kemudahan proses, serta kenyamanan fasilitas.

Kualitas pelayanan akan dianggap tinggi apabila pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) mampu memenuhi atau bahkan melebihi pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Sebaliknya, apabila pelayanan yang dirasakan berada di bawah ekspektasi, maka nasabah cenderung akan merasa tidak puas dan menilai kualitas pelayanan rendah.

2.1.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Pérez-Morón et al., (2022) indikator kualitas pelayanan yaitu kemampuan untuk secara akurat melakukan layanan yang dijanjikan. Menurut

Cahyono et al. (2020) mengemukakan terdapat 5 indikator kualitas pelayanan di antara lain:

1. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat serta konsisten.

2. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan adalah suatu kemampuan untuk memberi pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan.

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.

4. Empati (*Empathy*)

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

5. Berwujud (*Tangibles*)

Berwujud adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

2.1.3. Kepuasan Nasabah

2.1.3.1. Definisi Kepuasan Nasabah

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2019), kepuasan nasabah atau pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan ekspektasi mereka. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan,

maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang diterimanya. Selanjutnya, Panday & Nursal (2021) menjelaskan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perbandingan antara layanan yang diterima dengan yang diharapkan. Apabila pelayanan dan kualitas produk yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka nasabah akan merasa lebih puas.

Kepuasan nasabah adalah sikap, penilaian, dan respon emosional nasabah terhadap produk yang mereka beli dan layanan yang mereka nikmati (Puspita & Wardi, 2020). menurut Parasuraman dkk (dalam Ismanto, 2020, hlm. 156) kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan terhadap produk atau layanan dalam hal menilai apakah produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan. Dengan demikian kemungkinan besar kepuasan pelanggan ini juga akan menjadi variabel kuat yang mempengaruhi keputusan pembelian. Mencapai harapan nasabah tidak hanya akan memberikan kepuasan nasabah tetapi juga akan menghasilkan loyalitas nasabah, yang akan mengurangi tingkat gesekan nasabah atau meningkatkan tingkat retens.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono, 2020:19). Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi. Nasabah tidak akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, nasabah akan sangat puas atau senang. Kepuasan nasabah adalah penilaian pelanggan terhadap pengalaman yang disesuaikan dengan layanan, yang merupakan hasil dari perbandingan antara persepsi mereka tentang kinerja layanan dengan harapan mereka sebelumnya Zeithaml & Gremler, D. D. (2018).

Kepuasan nasabah adalah kegiatan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, dengan terpenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut muncul perasaan senang atau kecewa dari pelanggan tentang perbandingan kinerja dirasakan dengan yang diharapkan. Hampir semua perusahaan layanan berusaha untuk mencapai kepuasan nasabah karena dapat memberikan efek yang sangat besar bagi perusahaan itu sendiri seperti kepercayaan dan loyalitas nasabah (Riyanto & Tunjungsari, 2020).

2.1.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menurut Philip Kotler (2020) sebagai berikut:

1. Kualitas Produk dan Layanan (*Product and Service Quality*)

Kesesuaian produk atau layanan dengan harapan pelanggan.

2. Harga (*Price*)

Persepsi pelanggan mengenai nilai yang mereka dapatkan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

3. Kemudahan Akses dan Kenyamanan (*Ease Of Access and Comfort*)

Seberapa mudah pelanggan dapat berinteraksi dengan perusahaan dan mendapatkan apa yang mereka butuhkan, termasuk melalui saluran digital.

4. Pengalaman Pelanggan (*Customer Experience*)

Keseluruhan interaksi pelanggan dengan perusahaan, dari awal hingga akhir, termasuk aspek emosional dan fungsional.

5. Pelayanan Pelanggan (*Customer Service*)

Kualitas bantuan dan dukungan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

6. Citra Merek (*Brand Image*)

Persepsi pelanggan terhadap merek secara keseluruhan.

7. Nilai yang Dirasakan (*Perceived Value*)

Manfaat yang dirasakan pelanggan dibandingkan dengan pengorbanan yang mereka lakukan.

2.1.3.3. Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator kepuasan nasabah adalah ukuran atau kriteria yang digunakan untuk menilai tingkat kepuasan nasabah terhadap Bank. Menurut Supriyanto et al., (2021) adapun indikator-indikator loyalitas nasabah sebagai berikut :

1. *Customer Attitude* (Sikap Pelanggan)

Sikap pelanggan mencerminkan kecenderungan atau niat positif dari nasabah terhadap suatu produk, layanan, atau merek. Sikap pelanggan berkaitan dengan persepsi, evaluasi, dan komitmen yang bersifat psikologis. Jika nasabah memiliki sikap yang baik terhadap suatu lembaga, mereka cenderung memilih untuk tetap setia, bahkan ketika terdapat alternatif lain.

2. *Customer Happiness* (Kebahagiaan Pelanggan)

Customer Happiness menggambarkan perasaan bahagia yang muncul sebagai respons emosional atas pengalaman positif dalam menggunakan produk atau layanan. Kebahagiaan ini muncul ketika harapan nasabah tidak hanya terpenuhi, tetapi juga dilampaui, menciptakan pengalaman menyenangkan dan rasa puas secara emosional.

3. *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan)

Merupakan ukuran sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi nasabah. Kepuasan menjadi dasar utama dari loyalitas

karena nasabah yang puas cenderung mengulangi penggunaan layanan dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan berasal dari jurnal dengan melihat hasil penelitiannya dan dibandingkan dengan penelitian selanjutnya dengan menganalisa berdasarkan keadaan dan waktu yang berbeda.

Sugiyono, (2022:2) mengemukakan penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara sistematis, kritis, dan objektif untuk menyelidiki, menemukan, dan mendeskripsikan suatu fakta, fenomena, atau keadaan secara sistematis. Adapun ringkasan penelitian terdahulu akan dibawah ini:

1. Nugraha & Astarini, (2023)

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi oleh Kepuasan Nasabah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *Purposive sampling* dengan sampel sebanyak 203 responden. analisis data yang dipakai pada penelitian ini data primer, data yang didapat dari 203 responden yang telah lama menjadi nasabah bank lebih dari 1 tahun. Alat analisis yang dipakai ialah *structural Equation model* (SEM).

Menurut Islam et.al., (2021) Kepuasan pelanggan merupakan bagaimana suatu produk atau layanan memenuhi keinginannya, termasuk tingkat respons yang diinginkan oleh pelanggan. Menurut Nadeem et al., (2020) Loyalitas terwujud dalam niat pembeli untuk terus menggunakan dan membeli suatu produk atau layanan melalui perusahaan tersebut di masa akan mendatang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil penelitian ini mendapatkan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah $0,122 > 0.05$, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah $0,000 < 0.05$, Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah $0,000 < 0.05$, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel mediasi.

2. Pérez-Morón et al., (2022)

“Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan: Studi kasus Starbuck di Malaysia”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh simultan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di starbuck Malaysia, dan untuk mengevaluasi seberapa puas konsumen terhadap lingkungan, karyawan, dan kualitas layanan yang ditawarkan oleh starbuck Malaysia. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel *Purposive* dengan menggunakan data primer dan sekunder, Penelitian ini juga menggunakan metode survey berbasis kuesioner sebanyak 100 responden dari semua kalangan usia yang telah menggunakan layanan starbuck di Malaysia.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa ada hubungan positif antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan sebagai nilai koefisien standar yang dijelaskan oleh $\beta = 0,264$ pada tingkat signifikansi $p < 0,001$. Dengan demikian, hubungan antara kepuasan pelanggan relatif signifikan dibandingkan dengan hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

3. Jeany, Mauli Siagian, (2020)

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis serta melihat lanjut terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis secara kuantitatif ialah menggolongkan data sesuai jenis serta variabel responden, Populasi penelitian ini berdasarkan data-data dari Human Resources Department (HRD) BPR Artha Prima Perkasa adalah jumlah nasabah yang memiliki rekening dan masih aktif di BPR Artha Prima Perkasa, Dengan memakai rumus Yamane, jumlah sampel yang diolah adalah 180 sampel sebanyak 328 nasabah.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah berdampak positif serta signifikan pada loyalitas nasabah. $F_{hitung} = 55,107 > F_{tabel} = 3,05$ serta angka signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi capaian studi menerangkan H_0 ditolak serta H_a diterima, maka disimpulkan kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah bersamaan berdampak positif serta signifikan pada loyalitas nasabah di BPR Artha Prima Perkasa.

4. Asti & Ayuningtyas, (2020)

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Mandiri KCP Jamika Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah studi kasus di Bank Mandiri KCP Jamika Bandung. Metode penelitian ini ialah menggunakan penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif.

Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner, wawancara serta studi pustaka yang nantinya data tersebut diolah, diproses dan akan di tarik menjadi sebuah kesimpulan. Populasi riset ini ialah nasabah tabungan PT. Bank Mandiri KCP Jamika Bandung yang sudah pernah menjadi nasabah minimal 2 tahun yang berjumlah 475 orang, sampel dalam riset ini yakni nasabah yang aktif melakukan transaksi tabungan lebih dari 2 tahun.

Hasil dari penelitian ini ialah Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial sebesar $0,000 < 0,05$ di PT. Bank Mandiri Jamika Bandung. Kepuasan nasabah tidak berpengaruh secara parsial sebesar $0,325 > 0,05$ di PT. Bank Mandiri Jamika Bandung. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan dengan diperoleh nilai f-tabel berpengaruh besar $59,24 > 3,11$ terhadap loyalitas nasabah. Serta hasil koefisien determinasi yang dapat pada nilai R square sebesar 0,587 atau 5,87% dengan sisa sebesar 41,3% diakibatkan oleh elemen lain yang tidak ada di riset ini pada PT. Bank Mandiri Jamika Bandung.

5. Salim & Meirisa, (2023)

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sinarmas Palembang”. Penelitian Ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah SDB Bank Sinarmas KC Palembang baik secara parsial atau simultan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner skala likert dengan 121 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan metode *purposive sampling* dan bantuan software SPSS 26. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa Nilai sig variabel kualitas pelayanan Sebesar $0,009 < 0,05$

dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Nilai sig variabel kepuasan pelayanan sebesar $0,917 > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya variabel kepuasan pelayanan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
1	Nugraha & Dyah Astarini, (2023). Sumber : Jurnal Ekonomi Sakti Vol.3 (No. 1 April 2023: hal: 1911-1924. E- ISSN 2339-0840	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi oleh Kepuasan Nasabah	Terdapat persamaan variabel independen kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, serta variabel dependen Loyalitas nasabah.	Terdapat perbedaan pada lokasi dimana penulis mengambil penelitian di Pt Bank Bri unit siulak deras kabupaten kerinci, sedangkan penelitian terdahulu di PT Bank Index Lampung	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah 3) Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah 4) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel mediasi.
2	Pérez-Morón et al., (2022). Sumber : Jurnal internasional (IJTHAP) P-ISSN: 2685-8800 E-ISSN: 2654-7945	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan: Studi kasus Starbuck di Malaysia	Terdapat persamaan variabel independen kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, serta variabel dependen Loyalitas nasabah.	Terdapat perbedaan lokasi penulis mengambil penelitian di Pt Bank Bri unit siulak deras kabupaten kerinci, sedangkan penelitian terdahulu di Starbuck malaysia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) ada hubungan positif antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan Dengan demikian, hubungan antara kepuasan pelanggan relatif signifikan dibandingkan dengan hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
3	Jeany, Mauli Siagian, (2020) Sumber : Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi P-ISSN: 2356-3966 E-ISSN: 2621-2331	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa	Terdapat persamaan variabel independen kualitas pelayanan dan kepuasan serta variabel dependen Loyalitas nasabah.	Terdapat Perbedaan pada lokasi dimana penulis mengambil penelitian di Bank Bri unit siulak deras kabupaten sedangkan penelitian terdahulu di Bpr Artha Prima Perkasa.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Kualitas pelayanan (X_1) parsial berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa. 2) Kepuasan nasabah (X_2) parsial berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa. 3) Kualitas pelayanan (X_1) serta kepuasan nasabah (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa.
4	Febrianto & Yusuf,(2021) Sumber : Journal of Economisc and business, 5(2), september 2021. E- ISSN 2597-8829	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Mandiri KCP Jamika Bandung	Terdapat persamaan variabel independen kualitas pelayanan dan kepuasan Nasabah serta variabel dependen Loyalitas nasabah.	Terdapat perbedaan lokasi penulis mengambil penelitian di Pt Bank Bri unit siulak deras kabupaten kerinci, sedangkan penelitian terdahulu di Bank Mandiri KCP Jamika Bandung	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial sebesar $0,000 < 0,05$ di PT. Bank Mandiri Jamika Bandung. 2) Kepuasan nasabah tidak berpengaruh secara parsial sebesar $0,325 > 0,05$ di PT. Bank Mandiri Jamika Bandung. 3) Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
5	Salim & Meirisa, (2023) Sumber : Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol 2 No 2 (2023) E-ISSN: 2985-7406	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sinarmas Palembang	Terdapat persamaan variabel independen kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, serta variabel dependen Loyalitas nasabah.	Terdapat perbedaan pada lokasi dimana penelitian terdahulu mengambil penelitian di Bank Sinarmas Palembang.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. 2) Nilai sig variabel kepuasan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

2.3. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Permana dalam Sari & Endriastuti, (2024) kualitas Pelayanan merupakan cara atau strategi yang diterapkan pada perusahaan untuk lebih meningkatkan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan perusahaan. Secara teori peningkatan kualitas layanan sebagai salah satu motivasi untuk mempertahankan nasabah merupakan inti dari bisnis sektor jasa, termasuk industri perbankan, perusahaan harus sangat memperhatikan kualitas pelayanan dengan meningkatkan semua aspek yang dapat mendukung kebutuhan pelanggan (Hidayat & Sulistyani, 2021). Kualitas pelayanan memegang peranan penting untuk meningkatkan loyalitas nasabah Afifah & kurniawati, (2021).

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salim & Meirisa, (2023) dengan judul penelitian “pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Sinarmas Palembang” dengan hasil uji T memperoleh nilai $\text{Sig. } 0,009 < 0,05$ dan $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}} (2,677 > 1,658)$ yang menyatakan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Maka dapat dikatakan hipotesis penelitian ini yaitu :

H1 : Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci

2.3.2. Hubungan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Perez-Moron et al., (2022) Kepuasan nasabah adalah nilai yang diterima nasabah berdasarkan persepsi mereka, dan juga mempengaruhi loyalitas

nasabah karena nasabah percaya bahwa kuantitas nilai yang diperoleh dari satu sumber lebih besar daripada yang tersedia dari yang lain. Mencapai harapan nasabah tidak hanya akan memberikan kepuasan nasabah tetapi juga akan menghasilkan loyalitas nasabah, yang akan mengurangi tingkat gesekan nasabah atau meningkatkan tingkat retensi. Secara teori pengaruh yang kuat dari kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dan menunjukkan bahwa hubungan ini sangat penting untuk keberlanjutan perusahaan, loyalitas nasabah dianggap sebagai hasil dari kepuasan nasabah, ketika nasabah yang memiliki pengalaman yang baik dengan pelayanan perusahaan akan terus berurusan dengan perusahaan yang menganggapnya kurang berisiko, sehingga membuat mereka loyal dan rasional dalam pengambilan keputusan Budaharini et al., (2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jeany, Mauli Siagian, (2020) dengan judul penelitian “pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada BPR Artha Prima Perkasa” dengan hasil uji T memperoleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($4,461 > 1,973$) yang menyatakan kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Maka dapat dikatakan hipotesis penelitian ini yaitu :

H2 : Kepuasan Nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci

2.3.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Hutubessy et al., (2024:250) loyalitas nasabah adalah komitmen jangka panjang dari seorang nasabah untuk terus menggunakan produk atau layanan

dari suatu perusahaan, meskipun ada kemungkinan adanya alternatif yang lebih baik. Kualitas Pelayanan merupakan suatu masalah yang secara umum mempengaruhi loyalitas nasabah perusahaan jasa. Peningkatan kualitas layanan sebagai salah satu motivasi untuk mempertahankan nasabah merupakan inti dari bisnis sektor jasa, termasuk industri perbankan. Sementara itu kepuasan nasabah adalah nilai yang diterima nasabah berdasarkan persepsi mereka, dan juga mempengaruhi loyalitas nasabah karena nasabah percaya bahwa kuantitas nilai yang diperoleh dari satu sumber lebih besar daripada yang tersedia dari yang lain (Perez-Moron et-al., 2022).

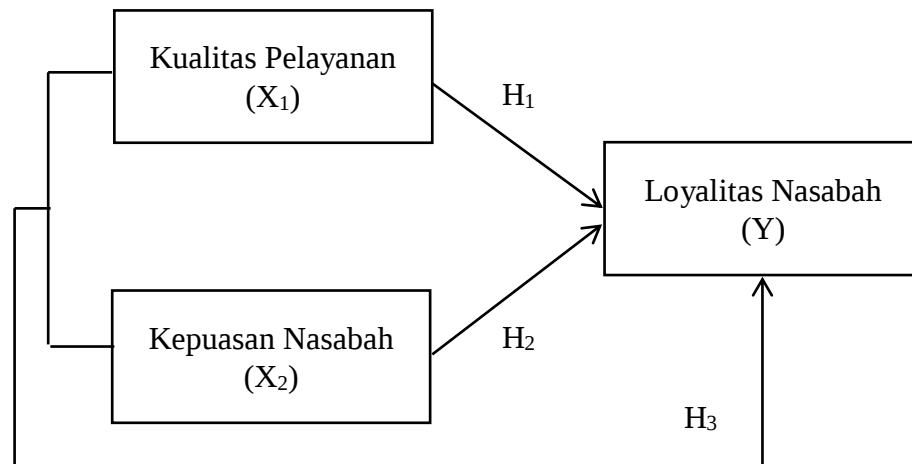
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Febrianto & Yusuf,(2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Mandiri KCP Jamika Bandung” dengan hasil uji nilai F hitung sebesar 59,241 dan nilai F tabel sebesar 3,11 yang mana $F_{hitung} > F_{tabel}$, kemudian nilai $sig. 0,000 < 0,05$ artinya kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Maka hipotesis dari penelitian ini yaitu :

H3 : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci

2.4.Kerangka Penelitian

Menurut Sugiyono, (2018) kerangka penelitian atau konseptual merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan kajian teoritis, hasil penelitian sebelumnya dan permasalahan yang dikemukakan, maka sebagai acuan untuk merumuskan

hipotesis, berikut disajikan kerangka konseptual teoritis yang dituangkan dalam model penelitian. Berikut gambar kerangka konseptual dari penelitian Pengaruh Pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci:



Gambar 2. 1
Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka atau pertanyaan-pertanyaan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik dan penelitian yang menitik beratkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab akibat setiap variabel (Sugiyono, 2019:23).

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan dengan metode survey yaitu dengan penyebaran kuisioner yang telah terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1), dan Kepuasan Nasabah (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) PT Bank Rakyat Indonesia Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di PT Bank Rakyat Indonesia Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci, penulis memilih lokasi ini karena data yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian ini dimulai pada bulan February 2025-selesai

3.3. Variabel Penelitian

Variabel merupakan istilah yang sangat penting dan tidak dapat ditinggalkan. Menurut Sugiyono, (2022:39) variabel merupakan alat atau objek yang diteliti antara satu objek dengan objek lainnya. Ada dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen, sebagai berikut :

3.3.1. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono, (2019:61) variabel independen adalah variabel-variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini variabel independen / bebas yang digunakan peneliti yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Kepuasan nasabah (X_2).

3.3.2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono, (2021:69), Variabel dependen adalah variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini variabel dependen atau variabel terikat yang digunakan peneliti yaitu Loyalitas Nasabah (Y).

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sahir (2021), Populasi adalah keseluruhan dari individu yang karakteristiknya hendak diteliti dan satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang, institusi-institusi, benda-benda. Penelitian ini menjadi populasinya adalah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci pada tahun 2024 memiliki nasabah sebanyak 1.915 nasabah.

3.4.2. Sampel

Menurut Sahir (2020:34) sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik accidental sampling. Tujuan penelitian ini yaitu untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan mengamati sebagian dari populasi saja (Saputra dan Fernos, 2023). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode Slovin karena pada populasi jumlah nasabahnya adalah sebanyak 1.915 pada tahun 2024. Berikut adalah rumus pengambilan sampel dengan metode slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi (dalam hal ini = 1.915)

e = margin of error

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus di atas dengan menggunakan margin of error 10%, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1915}{1 + 1915 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1915}{1 + 1915 (0,01)}$$

$$n = \frac{1915}{1 + 19,15}$$

$$n = \frac{1915}{20,15}$$

$$n = 95,03$$

$$n = 95$$

Dari perhitungan di atas, jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 95 sampel. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah metode *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Menurut Kasmir (2022:189) *accidental sampling* yaitu cara penentuan sampel yang dilakukan secara kebetulan dan biasanya tanpa direncanakan lebih dulu. Sedangkan *purposive sampling* merupakan cara penentuan sampel dengan tujuan tertentu yang diinginkan peneliti atau berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Kasmir, 2022:190). Berikut kriteria sampel yang digunakan pada penelitian :

Tabel 3. 1
Kriteria Sampel

No	Kriteria Sampel
1	Nasabah aktif di PT. BRI Unit Siulak Deras, minimal dalam 6 bulan terakhir.
2	Pernah melakukan transaksi secara langsung di kantor unit (seperti setor tunai, tarik tunai, pembukaan rekening, pengajuan kredit, dll).
3	Berusia minimal 17 tahun (memiliki KTP dan dianggap dewasa secara hukum).
4	Bersedia dan mampu mengisi kuesioner penelitian secara sadar dan jujur.

3.5.Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1. Jenis data

Menurut Sugiyono, (2018:223) data untuk penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan secara langsung dari responden dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada konsumen selama penulis melakukan penelitian dilapangan data primer didapat dari angket penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapat dari pihak lain, tidak langsung didapat dari objek penelitian yang didapat dari majalah, buku, perusahaan.

3.5.2. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam kegiatan penelitian. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data secara objektif dan akurat sesuai dengan keperluan penelitian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis kembali berdasarkan acuan landasan teoritis, agar hasilnya berguna untuk hipotesis atau mengambil suatu keputusan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer dengan cara membuat suatu daftar pertanyaan yang sistematis dengan tujuan mendapatkan data yang diinginkan.

2. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan memahami dan menguji hipotesis dari berbagai literatur terkait penelitian. Peneliti dalam penelitian ini mengumpulkan beberapa bahan dari buku-buku sumber tentang loyalitas nasabah. Peneliti membaca dan menganalisisnya menggunakan data yang diperlukan untuk memperoleh teori yang dibutuhkan (Adlini et al., 2022).

3.6. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian yang dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis. Dalam penelitian ini ada dua variabel penelitian yang digunakan yaitu:

1. Loyalitas Nasabah (Y)

Menurut Hudaya, (2021) Loyalitas adalah komitmen guna melaksanakan pembelian ataupun memakai lagi produk yang disenangi dimasa mendatang, diluar dari keadaan, promosi pemasaran, serta usaha perubahan. Loyalitas nasabah adalah komitmen jangka panjang dari seorang nasabah untuk terus menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan, meskipun ada kemungkinan adanya alternatif yang lebih baik.

Secara operasional, loyalitas nasabah adalah perilaku nasabah yang setia terhadap PT Bank Rakyat Indonesia Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci dan tidak memilih bank lain untuk kepentingan finansialnya.

2. Kualitas Pelayanan (X₁)

Menurut Pérez-Morón et al., (2022) Kualitas pelayanan merupakan sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi kebutuhan atau harapan nasabah. Kualitas pelayanan memiliki penilaian yang komprehensif, yang mempresentasikan evaluasi pelayanan secara menyeluruh oleh nasabah. Kualitas Pelayanan merupakan suatu masalah yang secara umum mempengaruhi loyalitas nasabah dan merupakan faktor penting dalam kepuasan nasabah perusahaan jasa.

Secara operasional, kualitas pelayanan adalah bagaimana pelayanan yang diberikan pihak PT Bank Rakyat Indonesia Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci telah memenuhi kebutuhan dan harapan nasabahnya.

3. Kepuasan Nasabah (X_2)

Menurut Panday & Nursal, (2021) kepuasan nasabah adalah tingkat kepuasan nasabah antara apa yang diterima dan diharapkan oleh nasabah karena sesuai dengan harapan yang diterima berdasarkan kualitas suatu produk dan penyedia pelayanan yang membuat nasabah merasa lebih puas. Kepuasan nasabah adalah kegiatan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, dengan terpenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut muncul perasaan senang atau kecewa dari pelanggan tentang perbandingan kinerja dirasakan dengan yang diharapkan.

Secara operasional, kepuasan nasabah adalah perasaan puas yang dirasakan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Siulak Deras Kabupaten Kerinci saat mengunjungi atau pun memilih bank tersebut.

3.7. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, (2019:102) instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Semua fenomena tersebut secara khusus disebut variabel penelitian. Kemudian hasil dari instrumen ini akan dikembangkan dan di analisa sesuai dengan metode penelitian yang dilakukan.

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipakai dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data informasi yang dikembangkan dengan penjabaran indikator-indikator variabel yang diteliti sehingga menjadi instrumen dalam penelitian yaitu kuesioner. Kuesioner yang berisi pertanyaan dan pernyataan dalam penelitian ini dibentuk berdasarkan indikator dari Loyalitas Nasabah (Y), Kualitas pelayanan (X_1), Kepuasan Nasabah (X_2).

Instrument penelitian ini menggunakan kuesioner yang disusun menggunakan skala likert. Skala ini banyak digunakan karena memberikan peluang kepada responden untuk mengeksperasikan atau mengungkapkan perasaan mereka dalam berbagai bentuk, mulai dari pembobotan seperti yang disajikan dalam tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3. 2
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
Loyalitas Nasabah (Y)	1. <i>Cognitive Loyalty</i> 2. <i>Affective Loyalty</i> 3. <i>Conative Loyalty</i> 4. <i>Action Loyalty</i>	1-4 5-7 8-10 11-13	Supriyanto et al., (2021)
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1. Keandalan 2. Kemampuan Tanggapan 3. Jaminan 4. Empati 5. Berwujud/Bukti Fisik	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10	Cahyono et al,(2021)
Kepuasan Nasabah (X ₂)	1. <i>Customer Attitude</i> 2. <i>Customer Happiness</i> 3. <i>Customer Satisfaction</i>	1-2 3-5 6-9	Supriyanto et al., (2021)

Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner, dengan ketentuan setiap pertanyaan pada instrumen harus mempunyai skala pengukuran yaitu skala likert. Pada penggunaan skala likert, variabel yang diukur, dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel. Dari indikator setiap variabel diperlukan pertanyaan untuk mengukurnya (Sugiyono 2019:147). Dalam penelitian ini jawaban setiap pertanyaan diberikan skor seperti tabel berikut :

Tabel 3. 3
Bobot Penilaian Jawaban Responden

Pernyataan sikap		Bobot Penilaian
Sangat Setuju	(SS)	5
Setuju	(S)	4
Kurang Setuju	(KS)	3
Tidak Setuju	(TS)	2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)

3.8.Uji Instrument Penelitian

3.8.1. Uji Validitas

Sahir, (2021:31) mendefinisikan uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk menguji ketepatan dari instrumen penelitian dalam mengukur apa yang hendak diukur. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur dalam setiap butir pernyataan atau pertanyaan kuesioner. Uji validitas dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

keterangan :

r_{XY} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel

$Y N$ = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor total x

$\sum Y$ = Jumlah skor total Y

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali perkalian antara X dan Y $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dari x

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dari y

Ketentuan dalam uji validitas yaitu jika r hitung $>$ r tabel dimana r tabel untuk responden 30 adalah 0,361, maka dapat dikatakan semua item pertanyaan adalah valid atau sebaliknya.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019), Uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_{ac} \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[- \frac{\sum ab^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ac} = Koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = Banyak butir / item pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah / total varians per-butir / item pertanyaan

σt^2 = Jumlah atau total varians

Sama halnya dengan Uji Validitas, Uji realibilitas juga dapat dilakukan dengan bantuan *Software Microsoft Exel* dan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Akan tetapi, memang lebih mudah dan praktis dengan menggunakan *Software* SPSS. Cara mengukur Uji realibilitas suatu kuesioner dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Kurangnya dari 0,6 tidak realibel
- b. 0,6-0,7 akseptable
- c. 0,7-0,8 baik
- d. Lebih dari 0,8 realibel

Jadi nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih dari 0,6 artinya sudah bisa dikategorikan reliabel. Jika semakin dekat koefisien alpha pada nilai 1, berarti item pertanyaan dalam koefisien semakin reliabel.

3.8.3. Uji TCR (Tingkat Capaian Responden)

Menurut Sugiyono (2022:2026), analisis deskriptif yaitu suatu metode analisis statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data secara detail dan sistematis. Pada penelitian ini analisis deskriptif dihitung dengan tingkat capaian responden yang merupakan suatu cara untuk mengetahui masing-masing kategori dari setiap variabel.

Rumus:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

TCR = tingkat capaian responden

Rs = rata rata skor jawaban

n = nilai skor jawaban

Tabel 3. 4
Ketentuan Tingkat Capaian Responden

Angka	Keterangan
85% - 100%	Sangat Baik
66% - 84%	Baik
51% - 65%	Cukup
36% - 50%	Kurang Baik
0% - 35%	Tidak Baik

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Uji instrumental digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan benar valid dan reliabilitasnya dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah hak angket yang digunakan harus di uji kebenaran validitas dan reabilitasnya.

3.9. Teknik Analisis Data

3.9.1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary lest square*. Dalam OLS berjumlah lebih dari satu. Menurut Ghozali (2018:159) untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskodastisitas dan uji autokorelasi.

3.9.1.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali, (2021:196) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Regresi yang baik adalah data yang terdistribusi normal. Pelaksanaan uji normalitas dapat menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan kriteria yang berlaku yaitu apabila hasil signifikan $> 0,05$ yang berarti residual berdistribusi normal. Tujuan uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Dasar pengambilan dalam uji Kolmogorov-Smirnov adalah apabila nilai signifikan atau nilai probabilitas (*Asymsing*) $> 0,05$ atau 5% berarti (H_1 diterima dan H_0 ditolak) maka data nilai terdistribusi secara normal. Dan apabila nilai signifikan atau probabilitas (*Asymsing*) $< 0,05$ (H_1 ditolak dan H_0 diterima) maka data tidak terdistribusi nomal.

3.9.1.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021:157), uji multikolinearitas adalah bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika terjadi korelasi, maka dapat dikatakan sebagai problem Multikolinearitas (Multiko). Model regresi lebih baiknya tidak terjadi yang namanya korelasi diantara variabel independen.

Ketentuan Uji Multikolinearitas :

Jika $\text{tolerance} > 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas (lulus uji multikolinearitas) dan apabila $\text{tolerance} < 0,10$ dan $\text{VIF} > 10$ maka akan terjadi multikolinearitas.

3.9.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178), uji heteroskedastisitas adalah bertujuan untuk mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap berarti terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas dan homoskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung Heteroskedastisitas karena terdapat data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Ketentuannya atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas apabila

- a. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah sumbu nol
- b. Titik-titik tidak mengumpul di atas atau di bawah sumbu nol saja
- c. Penyebaran titik-titik data tidak membuat pola tertentu.

3.9.1.4 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2021:162), uji autokorelasi adalah bertujuan untuk mengetahui atau menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika ditemukan adanya korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Uji autokorelasi merupakan sebuah analisis bertujuan untuk pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen (y) tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Salah satu ukuran untuk menentukan ada atau tidaknya masalah autokorelasi dengan uji durbin-watson (DW) dengan ketentuan :

- 1) Terjadi autokorelasi positif jika nilai $DW < -2$
- 2) Tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW di antara -2 sampai $+2$ (lulus uji autokorelasi)
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika nilai $DW > +2$

3.9.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2020:213), analisis regresi linear berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh serta simultan (bersama-sama) variabel kualitas pelayanan (X_1), kepuasan nasabah (X_2) dan loyalitas nasabah (Y). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2020:258), sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y : Variabel dependen (Loyalitas Nasabah)

a : Bilangan konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b_1 : Koefisien regresi (Kualitas Pelayanan)

b_2 : Koefisien regresi (Kepuasan Nasabah)

X_1 : Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

X_2 : Variabel bebas (Kepuasan Nasabah)

e : Tingkat kesalahan (standar error)

X_1X_2 : Variabel Independen

3.9.2.1. Uji T (Parsial)

Menurut Ghazali (2021:148), uji t bertujuan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Uji T digunakan untuk mencari nilai (hitung) serta membandingkan dengan t (tabel), hal ini dilakukan apabila variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji T dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen (X_1 dan X_2) secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen (Y) atau dengan rumus :

$$t_o = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i : Koefisien regresi X_1

s_{b_i} : Koefisien standar atas koefisien regresi X_1

T_o : Nilai yang dihitung / diobservasi

selanjutnya kriteria pengujian dilakukan sebagai berikut :

1. Jika T dihitung $> t$ tabel atau $siq \leq 0,05$ maka H_a diterima H_0 ditolak
(Artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen)
2. Jika T dihitung $< t$ tabel atau $siq > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima
3. Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan 5%

3.9.2.2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali, (2019) Uji F yaitu ketepatan terhadap fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai yang aktual. Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka model regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Rumus yang digunakan untuk melaksanakan Uji F :

$$F_o = \frac{R^2 K - 1}{(1 - R^2)(n - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien (determinan) berganda

n = Besar sampel (banyak data)

k = Banyak variabel independen

Ketentuan / persyaratan pada uji F sebagai berikut :

1. Taraf Signifikansi (α) yang peneliti gunakan adalah 5% (0,05).
2. Nilai F tabel memiliki derajat kebebasan (db) : $V_{x1} = m-1$; $V_{x2} = n-m$; dengan m = jumlah variabel, n = jumlah sampel. Maka $F_{\alpha}(v1)(v2)=\dots$
3. Kriteria Pengujian Jika F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak, H_a diterima atau variabel X_1, X_2 secara bersama sama berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

3.9.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2 Square)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan berbagai variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil

memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Selanjutnya $R = \sqrt{R^2}$ digunakan untuk melihat korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat Ghazali (2021).

Rumus yang digunakan untuk menguji koefisiensi determinasi :

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

Keterangan

ESS = *Expalnet Sum Square* (Jumlah Kuadrat yang Jelas)

TSS = *Total Sum Square* (Jumlah total kuadrat)

Ketentuan atau persyaratan pada uji koefisien determinasi dilakukan dengan:

1. Biasanya koefisien determinasi *R square* berada di antara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$.
2. Semakin besar R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen akan menjadi semakin besar.

Sebaliknya jika R^2 semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen akan menjadi semakin kecil.