

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGANMU MANDIRI KCP SIMPANG TIGA PASAMAN BARAT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER LOYALTY OF TABUNGANMU BANK MANDIRI KCP OF SIMPANG TIGA PASAMAN BARAT

Citra Suci Mantauv

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pasaman

Email : chytra175@gmail.com

ABSTRAK

Loyalitas adalah ditujukan kepada suatu perilaku atau sifat, yang ditunjukkan kepada kestiaan konsumen dan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas nasabah TabunganMu Bank Mandiri KCP Simpang Tiga, jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 Responden. Pengujian hipotesis yang digunakan dengan regresi berganda dengan hasil Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan dengan nilai 0.436 dan nilai signifikan sebesar 0.000 (< 0.05). Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai 0.530 dan nilai signifikan sebesar 0.000 (< 0.05). Nilai koefisien Determinasi sebesar 90.4% di pengaruhi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci : *Loyalitas Nasabah, Kualitas Pelayanan, Kepuasan*

ABSTRACT

Loyalty is aimed at a behavior, which is indicated by repeated purchases and recommending company products to friends or partners. This study aims to analyze how the influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty on Customer Loyalty of Tabunganmu Bank mandiri KCP of Simpang Tiga, the number of samples in this study were 100 Respondents. Hypothesis testing used by multiple regression with the results of Service Quality has a positive and significant effect with a value of 0.436 and a significant value of 0.000 (< 0.05). The Customer Satisfaction is positive and significant with a value of 0.530 and a significant value of 0.00 (< 0.05). Determination coefficient value of 90.4% is influenced by the Service Quality and Customer Satisfaction, while the rest is influenced by other factors.

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

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia sangat pesat dinamis dan modern, baik dari segi ragam produk perbankan serta kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki. Loyalitas nasabah menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik, selain itu juga dijadikan dasar untuk pengembangan kompetitif yang berkelanjutan, yaitu keunggulan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran. Loyalitas nasabah secara positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan pendapatan per pelanggan. Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara

konsisten dimasa yang akan datang, meski pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Sangadji, Sopiah, 2013). Sedangkan menurut (Kotler, Keller, 2012) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama. Dengan mempertimbangkan efek pengurangan biaya dilaporkan bahwa dengan tetap mempertahankan loyalitas pelanggan akan mengeluarkan biaya yang lebih sedikit daripada memperoleh satu pelanggan yang baru dan biaya untuk mempertahankan pelanggan menurun sepanjang fase siklus hidup.

Sebuah Bisnis dengan kualitas layanan yang tinggi maka akan memenuhi kebutuhan pelanggan sementara sisanya secara kompetitif ekonomi. Peningkatan kualitas layanan juga dapat meningkatkan daya saing ekonomi. Tujuan ini dapat dicapai dengan memahami dan meningkatkan proses operasional, mengidentifikasi masalah-masalah dengan cepat dan sistematis, membangun pengukuran kinerja layanan yang akurat dan dapat diandalkan serta mengukur kepuasan pelanggan dan hasil kinerja lainnya.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut (Kotler, Armstrong, 2012), berpendapat bahwa "kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang atau jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang dinyatakan atau tidak dinyatakan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. (Tjiptono, 2011) menerangkan bahwa kualitas jasa merupakan suatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.

Dalam setiap perusahaan, kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan. Bank merupakan salah satu lembaga dimana kegiatan pokok dilakukannya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Tabungan, Deposito dan giro merupakan beberapa fasilitas yang diberikan bank untuk dapat menghimpun dana dari masyarakat. Sedangkan penyaluran kepada masyarakat dapat berupa pemberian pinjaman melalui kredit usaha baik skala besar, menengah, maupun kecil. Undang Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan (pasal 1 ayat 2), menyebutkan bahwa bank adalah sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak.

PT. Bank Mandiri Indonesia merupakan bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilakukan perbankan Indonesia. PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (Persero) Simpang tiga merupakan perwakilan PT. Bank Mandiri (Persero) untuk melayani masyarakat yang ada di Pasaman Barat dan sekitarnya. Secara umum fungsi dan tujuan yang dimilikinya sama dengan kantor-kantor cabang lain yang ada di Indonesia. Banyak fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (Persero) Kantor Simpang tiga dalam upaya penggalangan dana dari masyarakat baik berupa tabungan maupun non tabungan. Ada beberapa produk tabungan yang disediakan oleh PT. Bank Mandiri diantaranya adalah Mandiri Tabungan, Tabungan Valas, Tabungan Haji, Tabungan TKI, TabunganKu dan TabunganMu. Diantara beberapa produk tabungan yang disediakan oleh PT. Bank Mandiri, produk TabunganMu adalah produk yang paling diminati oleh nasabah karena memiliki kelebihan yang salah satunya adalah murah biaya administrasi bulanan yaitu sebanyak Rp.1.500 (untuk rekening tabungan), Rp.1.000 (untuk kartu debit).

TabunganMu PT. Bank Mandiri (Persero) adalah produk simpanan harian yang hanya tersedia di bank Mandiri Mitra Usaha (MMU). TabunganMu juga merupakan simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan dengan mata uang rupiah yang dapat dilayani di Kantor Cabang Khusus/ Kanca/ KCP/ Mandiri Unit, yang penyetoran dan pengambilannya tidak dibatasi baik frekuensi /jumlahnya sepanjang memenuhi ketentuan yang berlaku. Sasaran Pasar TabunganMu adalah Nasabah perorangan (Individual) dan Nasabah non perorangan yang meliputi Perusahaan (Badan Hukum / Non Badan Hukum), Koperasi, Yayasan, Badan/ Lembaga Pemerintah, Badan Usaha lainnya kecuali Bank. TabunganMu PT. Bank Mandiri (Persero) kantor Simpang tiga baru aktif selama 4 tahun terakhir.

Dengan tingkat persaingan antar Bank yang semakin ketat serta di dukung keunggulan-keunggulan yang dimiliki antar Bank, mendorong Bank Mandiri khususnya Bank Mandiri (Persero) Simpang Tiga, Pasaman Barat untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sehingga diharapkan nasabah akan mendapat *value* dan pada akhirnya nasabah akan menjadi loyal. PT. Bank Mandiri (Persero) Simpang Tiga, Pasaman Barat mempunyai pertumbuhan jumlah nasabah tabungan yang meningkat tiap tahun. Hal ini mengidentifikasi adanya peningkatan kinerja yang signifikan dan makin besarnya potensi bisnis yang ada, salah

satunya adalah meningkatnya pertumbuhan jumlah nasabah pada TabunganMu setiap tahunnya, hal ini

dinyatakan ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1
Jumlah Nasabah Tabungan Mu

No	Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)	Jumlah Perkembangan Nasabah (Orang)
1.	2016	150	-
2.	2017	190	40
3.	2018	270	80
Jumlah		610	120

Sumber: Bank Mandiri Cabang Simpang Empat

Dilihat dari tabel diatas TabunganMu PT. Bank Mandiri (Persero) kantor Simpang tiga meningkatkan jumlah nasabahnya, walaupun masih berjalan 4 tahun terakhir ini tetapi selalu mengalami peningkatan dalam jasa tabungan. Pada Tahun 2016 terlihat jumlah nasabah TabunganMu sebanyak 150 orang nasabah, di tahun 2017 jumlah nasabah TabunganMu sebanyak 190 orang nasabah dengan peningkatan sebanyak 40 orang nasabah dan ditahun 2018 jumlah nasabah TabunganMu sebanyak 270 orang nasabah, dalam artian meningkat sebanyak 80 orang nasabah. Jadi, dalam tiga tahun terakhir TabunganMu PT. Bank Mandiri (Persero) kantor Simpang tiga mengalami peningkatan signifikan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa orang nasabah TaunganMu bank Mandiri KCP Simpang Tiga pada bulan Januari tahun 2020, nasabah tersebut menyatakan bahwa ia merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank Mandiri KCP Simpang Tiga, dengan memberikan ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan atau meminimalkan kesalahan pelayanan maupun transaksi, sopan santun dan ramah ketika memberikan pelayanan, kemudian lokasi kantor bank Mandiri KCP Simpang Tiga cukup strategis, memiliki tempat parkir yang luas, ruang tunggu yang bersih dan nyaman serta memiliki ketersediaan informasi. Selain itu pihak bank juga memuaskan nasabah dengan memberikan kemudahan dalam pembukaan rekening tabungan, bunga yang rendah, hadiah-hadiah/souvenir, gratis biaya transfer antar rekening, fasilitas ATM, *call center* serta jaminan keamanan. Hal ini memberikan gambaran bahwa pada masa yang akan datang PT. Bank Mandiri KCP Simpang Tiga, Pasaman Barat mempunyai peluang yang cukup besar dalam usaha memobilisasikan dana yang dihimpun sehingga menjadikan nasabah loyal terhadap produk yang ditawarkan.

Menurut (Akbar, M. Muzahid and Parvez, 2009) perusahaan saat ini harus menyadari perlunya belajar dan pemahaman berbagai kualitas pelayanan dari loyalitas pelanggan yang mungkin membantu mereka untuk mengembangkan basis nasabah setia. Sebagaimana dinyatakan dalam literatur oleh Siddiqi (2011) (Siddiqi, Kazi Omar, 2011). (Sabir, Ghafoor, Akhtar, Hafeez, dan Rehman, 2014) yang relevan pelayanan berkualitas tinggi membantu untuk menghasilkan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan pertumbuhan pangsa pasar dengan meminta pelanggan baru, dan meningkatkan produktivitas kinerja keuangan.(Mosabah, Mahamad, Ramayah, 2010) yang menemukan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan secara langsung. Jika proses kualitas pelayanan itu terjadi berulang-ulang, berkelanjutan dan dipupuk secara terus menerus maka akan memberikan kepuasan pada pelanggan sesuai harapan. Kepuasan pelanggan adalah salah satu jenis respon (kognitif atau emosional). Untuk itu diperlukan upaya yang lebih lama dimana perusahaan melihat lebih ke depan, tidak hanya sekedar memberikan kepuasan kepada pelanggan tetapi juga menciptakan pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan. Hal, serupa didukung dalam penelitian (Siddiqi, Kazi Omar, 2011), Osman dan Osman, Zahir dan Sentosa, Ilham (2013)

(Sabir, Ghafoor, Akhtar, Hafeez, dan Rehman, 2014) Menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Salah satu alasan pelanggan berpindah *brand* adalah ketidakpuasan. Mereka merasakan alternatif hanya membuat lebih buruk tidak seperti *brand* yang mereka gunakan. Hal ini didukung oleh penelitian (Siddiqi, Kazi Omar, 2011) dan (Osman, Zahir dan Sentosa, Ilham , 2013) yang menemukan bahwa terdapat koleasi positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sehingga manajer harus memberikan perhatian lebih untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari pembahasan singkat diatas maka

peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah TabunganMu Mandiri KCP Simpang Tiga, Pasaman Barat”**.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini dapat digolongkan kedalam jenis penelitian yang bersifat asosiatif. Asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih, (Sugiono, 2017). Dengan penelitian asosiatif dapat dibangun suatu teori yang dapat untuk menjelaskan, meramalkan serta mengontrol suatu masalah. Penelitian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas Konsumen pada masyarakat Kabupaten Pasaman Barat yang menggunakan TabunganMu bank Mandiri KCP Simpang Tiga dan Untuk memperdalam atau mempertajam penjelasan pada penelitian ini, maka menggunakan jenis data penelitian kuantitatif yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari tata objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabunganMu pada Bank Mandiri KCP Simpang Tiga yang berjumlah 610 orang nasabah.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2017). (Margono, 2010) mengemukakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi, sebagai contoh (*monster*) yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Peluang setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel tidak sama, maka pengambilan sampel digunakan sampel (*Probability Sampling*). Cara menentukan besaran sampel yang memenuhi hitungan yang dirumuskan:

Rumus Slovin:

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

$$n = \frac{610}{1 + 610 (0,1^2)}$$

$$n = 99,8 = 100$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = persentase kelonggaran ketidak-tentuan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih di tolerir di ingin 10%.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan *Probability Sampling* adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit *sampling*. Dengan demikian setiap unit *sampling* sebagai unsur populasi yang terpencil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasi (Sugiono, 2017). Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada 2 unsur data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (responden). Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara.

Data yang diperlukan dikumpulkan melalui kuesioner kepada responden untuk data primer, sedangkan observasi sebagai metode pelengkap untuk pengumpulan data. Adapun metode yang digunakan secara rinci sebagai berikut :

- a. Kuesioner
Dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada nasabah TabunganMu Bank Mandiri Simpang Tiga yang terpilih sebagai sampel penelitian (responden).
- b. Observasi
Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti.
- c. Wawancara
Peneliti melakukan tanya jawab secara langsung kepada nasabah TabunganMu Bank Mandiri Simpang Tiga.
- d. Literatur
Dengan menggunakan teknik studi pustaka, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan jalan membaca buku, referensi, literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti guna mendapatkan teori-teori yang dapat dipergunakan sebagai bahan dalam menganalisa data yang tersedia.

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini mencakup 2 (dua) variabel bebas atau independen yakni kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan nasabah (X_2) dan memiliki 1

(satu) variabel terikat atau dependen yaitu loyalitas nasabah (Y). Masing-masing operasionalisasi variabel dapat dilihat sebagai berikut :

Loyalitas Nasabah (Y)

Menurut Griffin (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) nasabah yang loyal merupakan aset penting bagi nasabah, hal ini dapat dilihat dari indikator yang dimilikinya yaitu :

1. *Behavioural loyal* (kepribadian loyal)
2. *Attitudinal loyal* (Sikap loyal)
3. *Cognitif loyal* (kesadaran loyal)

Kualitas Pelayanan Nasabah (X₁)

Menurut (Tjiptono, 2011) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Beberapa indikator kualitas pelayanan, antara lain sebagai berikut :

1. *Tangible* (bukti fisik)
2. *Reliability* (kehandalan)
3. *Responsiviness* (ketanggapan)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Empathy* (empati)

Kepuasan Nasabah (X₂)

Kepuasan nasabah sebagai suatu hasil rasa puas atau senang yang diperoleh oleh nasabah atas kualitas pelayanan tabunganMu yang diberikan Bank Mandiri KCP Simpang Tiga. Indikator pembentuk kepuasan konsumen yang dikembangkan dalam kusioner terdiri dari :

1. Profesionalisme
2. Ketanggapan Pelayanan
3. Keberadaan Pelayanan
4. Kepuasan Menyeluruh
5. Penataan Tempat

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan diatas, dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Menurut (Sugiono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D, 2014) persamaan linear berganda ditetapkan adalah dengan rumus sebagai berikut :

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

Di mana :

- Y = Loyalitas nasabah
a = Konstanta
X₁ = Kualitas Pelayanan
X₂ = Kepuasan Nasabah
b_{1,2} = Koefisien Regresi
e = Variabel pengganggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan menunjukkan bahwa setiap indikator telah memenuhi syarat validitas, karena semua indikator berada diatas nilai 0,30. Suatu butir pernyataan dikatakan valid bila memiliki nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari 0.3 dan sebaliknya (Malhotra, 2014).

Selain valid, alat ukur juga harus memiliki kehadalan atau reliabilitas, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas loyalitas nasabah, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah menunjukkan reliabel karena *cronbach's alpha* diatas 0,70. Menurut (Arikunto, 2014) suatu instrument dikatakan memiliki reliabilitas baik apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,70.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Tidak Valid	Valid	Cronbach's Alpha	Keterangan
Loyalitas Nasabah (Y)	8	-	8	0,808	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₁)	10	-	10	0,830	Reliabel
Kepuasan Nasabah (X ₂)	10	-	10	0,833	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi dan variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak.

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogrov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikan > 0.05 (Ghozali, Aplikasi

Analisis Multivariete Dengan Program SPSS, (2014)

Tabel 3 (Kotler, Amstrong, 2012)
Hasil Uji Normalitas

Loyalitas Nasabah (Y)	0,639	Normal
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,560	Normal
Kepuasan Nasabah (X ₂)	0,355	Normal

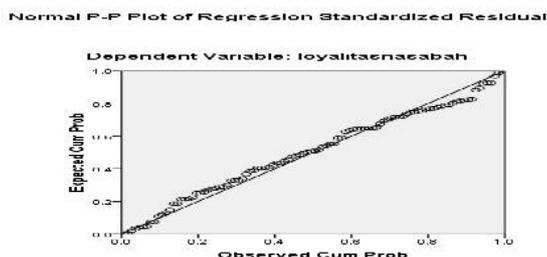
Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Dari data diatas dapat dilihat bahwa seluruh data menunjukkan kondisi yang normal karena pada keseluruhan variabel >0.05% dengan Loyalitas nasabah 0.639, Kualitas Pelayanan 0.560, Kepuasan 0.355 sehingga dari segi normalitas data memenuhi syarat untuk dilakukan analisa data dengan Regresi.

Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau

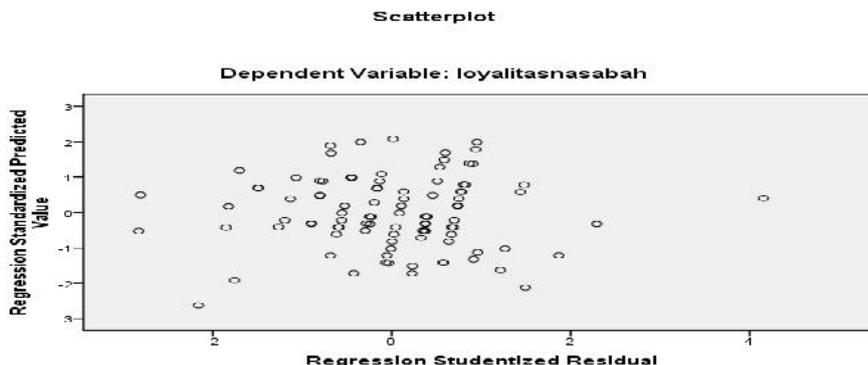
tidak. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear kuadrat atau public (Ghozali,2014) Untuk menentukan apakah terjadi tidaknya hubungan yang linear antara predictor variabel denagn dependen variabel dapat dilihat dari grafik P-P Plot, bila titik (data) menyebar membentuk garis lurus mengikuti garis maka dikatakan data bersifat linear.



Dari gambar diatas maka dapat dijelaskan bahwa titik data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga menunjukkan pola distribusi normal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa regresi penelitian ini adalah Linear.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23, 2016) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.



Dari gambar diatas tidak ditemukan terbentuknya pola-pola tertentu dari penyebaran titik-titik. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23, 2016) model regresi yang baik seharusnya tidak

terjadi koreksi anantara variabel. Sebelum menggunakan analisis regresi berganda terlebih dahulu dilakukan uji muktikolinearitas, untuk menghindari agar diantara variabel independen tidak berkorelasi sesamanya. Hubungan masing-masing variabel ditunjukkan dengan melihat nilai VIF (*Farians inflation factor*) bila angka tolerance >0,1 atau nilai VIF < 10 , maka terdapat gejala Multikolinearitas. Hasil uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,393	2,545	Tidak ada multikolinearitas
Kepuasan Nasabah (X ₂)	0,393	2,545	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: *Hasil Pengolahan Data 2020*

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4 diatas, terlihat bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah nilai tolerance nya tidak ada yang kecil dari 0,1 sedangkan nilai VIF tidak ada yang besar dari 10. Dengan demikian di antara variabel indenpenden dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Analisis regresi berganda (*multi analition analysisist*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2003) Dalam penelitian ini analisa regresi berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah. Hasil analisis Regresi Linear Berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Analisis Regresi Berganda

Tabel 5
Ringkasan Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel Indenpenden	B	T	Sig	Keterangan
Konstanta	0.159	1.389	0.168	-
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.436	9.586	0.000	Signifikan
Kepuasan Nasabah(X ₂)	0.530	10.478	0.000	Signifikan
F	: 455.787			
Signifikan F	: 0.000			
Koefisien Determinasi (R²)	: 0.904			

Sumber: *Hasil Pengolahan Data 2020*

Berdasarkan model penelitian dalam skripsi ini, merujuk pada pendapat (Suliyanto, 2011) maka rumus persamaannya adalah sebagai berikut:

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

Dengan demikian persamaan dari hasil analisis data dari penelitian ini adalah :

$$Y = 0.159 + 0.436X_1 + 0.530 X_2 + e$$

Di mana:

Y = Loyalitas Nasabah

a = Konstanta

- X1 = Kualitas Pelayanan
 X2 = Kepuasan Nasabah
 b 1 = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan
 b 2 = Koefisien Kepuasan Nasabah

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (a) bernilai 0.159, nilai konstanta bernilai positif artinya jika skor nilai Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Nasabah (X2) sama dengan nol, maka skor nilai Loyalitas Nasabah (Y) bernilai sebesar konstanta
2. Koefisien b1 sebesar 0.436 koefisien variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah adalah bersifat positif. Jika skor mengalami peningkatan, maka Loyalitas Nasabah meningkat pula.
3. Koefisien b2 sebesar 0.530 koefisien variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah adalah bersifat positif. Jika skor Kepuasan Nasabah mengalami peningkatan, maka Loyalitas nasabah akan menurun.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dapat dilihat dari nilai t dan tingkat signifikansi yang ada. Dari uji t terlihat koefisien regresi variabel yaitu :

1. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t sebesar 9.586 dan nilai signifikansi sebesar 0.000(<0.05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan atau hipotesis **1 diterima**.
2. Variabel Kepuasan Nasabah memiliki nilai t sebesar 10.478 dan nilai signifikansi 0.000(< 0,05). Dari data ini menunjukkan bahwa variabel Loyalitas Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah atau hipotesis **2 diterima**.

Uji F

Uji F dipakai untuk menguji hipotesis secara serempak dengan tingkat keberartian tertentu seluruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah) terhadap variabel terikat (Loyalitas Nasabah).

Dari tabel 4 terlihat bahwa nilai signifikansi uji F adalah 0.000. Ini berarti bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari alpha 5% ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi yang ada sudah baik dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Koefisien Determiasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi ini ditunjukkan dengan *R Square* dalam *Model Summary* yang dihasilkan oleh program SPSS. Apabila nilai R^2 semakin mendekati 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya.

Besarnya pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan dapat dilihat dari nilai uji koefisien Determinasinya adalah sebesar 0.904, hasil ini menunjukkan bahwa variabel Loyalitas Nasabah Bank Mandiri KCP Simpang Tiga oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara bersamaan sebesar 90.4%, sedangkan sisanya sebesar 9.6% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Loyalitas Nasabah dengan koefisien regresi 0.436 dan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05).
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Kepuasan Nasabah terhadap variabel Loyalitas Nasabah dengan koefisien regresi 0.530 dan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05).
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara simultan terhadap variabel Loyalitas Nasabah TabunganMu Bank Mandiri Simpang Tiga. Pengujian terhadap model penelitian melalui uji F ditemukan nilai signifikansi sebesar 0,000

4. Koefisien determinasi adalah sebesar 0.904 atau 90.4%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi semua variabel independent yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebesar 90.4%. Selebihnya yaitu 9.6% lagi dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta.

Suliyanto. (2011). *Teori Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Aisyah, M. (2018). *Islamic Bank Service Quality and It's Impact on Indonesia Customers' Satisfaction and Loyalty*. Jakarta: Al-Iqtishad Jurnal Islami Ekonomi Syariah (Journal Of Islamic Economic), Vol. 10 (2): 367-388

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Undip.

Ghozali. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: UNDIP.

Ghozali. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.

Kotler, Amstrong. (2012). *Prinsip prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Malhotra. (2014). *basic Marketing Research*. England: Pearson Education.

Margono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineke Cipta.

mudrajad, K. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Sangadji, Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.