

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA BRI KC JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

Oleh:

Rizki Amalia Imelda
NIM: E20171056

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2021**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA BRI KC JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Rizki Amalia Imelda
NIM: E20171056

Disetujui Pembimbing:



Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE,MM
NIP. 196905231998032001

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA BRI KC JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

**Hari: Kamis
Tanggal: 30 Desember 2021**

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I.
NIP. 197608122008011015


Rini Puji Astuti, S.Kom, M.Si
NUP: 201708174

Anggota:

1. Dr. Moh Chotib S.Ag M.M
2. Dr. Hj Nurul Setianingrum, S.E.,M.M


()

()

**Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember**



Dr. Khamdhan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 19650807 200003 1 00 1

MOTTO

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
تُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal. (Q.S Ali ‘Imran: 159)¹

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemah*, (Banjarsari Solo, 2014), Q.S Ali ‘Imran: 159.

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas rahmat yang telah dianugerahkan oleh Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu tercinta, Almarhum Ayah Suhadi Purnomo dan Ibu Lilik Handayani. Terimakasih atas kasih sayang yang begitu tulus, nasehat dan motivasi, serta doa yang tiada hentinya dipanjatkan untukku. Terimakasih sudah menjadi bagian terpenting dalam perjalanan hidup ini, pengalaman hidup yang menginspirasi diri yang lemah untuk menjadi orang yang sukses dimasa yang akan datang. Mungkin hanya tugas akhir skripsi ini yang saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu tercinta, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Kakakku dan Adikku, Kakak Riska Ayu Puji dan Adikku Syafrilla Nur Zahra yang saya sayangi. Terimakasih sudah menjadi saudara yang menyayangiku dan selalu mendukung setiap langkahku.
3. Keluarga besarku yang saya sayangi, semoga kelak saya dapat membahagiakan dan membuat bangga kalian.
4. Kepada Robiq yang membantu dan menemani saya dari awal hingga selesainya skripsi ini, dan kepada teman saya Jamila, Happiness Troop, Keluarga Besar Perubahan dan juga Perbankan Syariah 2.
5. Kepada sahabat-sahabati PMII Rayon Febi 2017.
6. Kepada pengurus Rayon Febi tahun 2019-2020.
7. Kepada pengurus Komisariat IAIN Jember tahun 2020-2021.
8. Kepada teman-teman Dewan Eksekutif Mahasiswa Institut DEMA-I (2020-2021).
9. Almamater yang aku banggakan Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan nikmat yang sangat besar berupa kesehatan, kekuatan hati dan pikiran kepada penulis sehingga penulis skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW teladan bagi umat islam yang mengangkat kita dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiyah.

Skripsi ini berjudul “Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KC Jember”, skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Babun Suharto, S.E., MM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M,Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus Dosen Penasehat Akademik.
3. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., MM, selaku Dosen Pembimbing dalam penyelesaian karya tulis ini yang bersedia mengarahkan, membimbing dan memotivasi penulis sejak awal hingga skripsi ini bisa

terselesaikan dengan baik sekaligus selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Semua Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan do'a kepada penulis sehingga penulis bisa sampai pada saat ini.
5. Seluruh staff dan semua karyawan BRI KC Jember yang telah bersedia memperkenankan penulis melaksanakan penelitian di Kantor BRI dan memberikan ilmu pengetahuan terkait hal-hal kelayaitasan nasabah.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak, semoga kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan mendapat balasan pahala dari Allah SWT yang dapat menjadi amal perbuatan dan semoga bermanfaat untuk kita semua di dunia maupun di akhirat. Amin.

Jember, 7 Juli 2021

Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRAK

Rizki Amalia Imelda, Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE, MM. 2021, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KC Jember.

Kata Kunci: kualitas layanan, kepercayaan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah penting bagi perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup dalam usahanya tersebut, karena loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis. Dengan mendapatkan nasabah yang loyal mampu membuat peluang yang besar bagi bank untuk memperluas jaringan pemasaran dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: (1) Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? (2) Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? (3) Apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? (4) Apakah ada pengaruh secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah?.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan metode penarikan *simple random sampling*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah sebab mempunyai nilai signifikansi $>0,05$ yaitu 0,234, sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebab mempunyai nilai signifikansi $<0,05$ yaitu 0,000 dan variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebab mempunyai nilai signifikansi $<0,05$ yaitu 0,001. Secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah sebab mempunyai nilai signifikansi $<0,05$ yaitu 0,000.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRACT

Rizki Amalia Imelda, Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE, MM. 2021, The Effect of Service Quality, Trust and Satisfaction on Customer Loyalty at BRI KC Jember.

Keywords: service quality, trust satisfaction and customer loyalty.

Customer loyalty is important for a companies to ensure the survival of a business because the loyalty of customers is the top achievement for businessman. Getting the loyal customers is able to create great opportunities for banks to explain their marketing network and maintain the viability of the company. This study is intended to determine how the influence of service quality impacts the trust and satisfaction of customer loyalty.

The formulations of the problem in this study: (1) Is there an effect of service quality on customer loyalty at BRI KC Jember? (2) Is there any influence of trust on customer loyalty at BRI KC Jember? (3) Is there an effect of satisfaction on customer loyalty at BRI KC Jember? (4) Is there a simultaneous influence of service quality, trust and satisfaction on customer loyalty?.

This research uses quantitative method by descriptive reseach type. The sampling method used in this reseach is probability sampling by the type of simple random sampling.

Based on the data, this research found that variable quality has a significant but not significant effect on customer loyalty because it has a significance value of > 0.05 , which is 0.234, while the trust variable has a significant effect on customer loyalty because it has a significance value of <0.05 , which is 0.000 and the satisfaction variable has a significant effect on customer loyalty because it has a significance value of <0.05 , which is 0.001. Simultaneously service quality, trust and satisfaction have a joint effect on customer loyalty because it has a significance value of <0.05 , which is 0.000.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Ruang Lingkup Penelitian	7
1. Variabel penelitian	7
2. Indikator penelitian	8
F. Definisi operasional	9
G. Asumsi Penelitian	10
H. Hipotesisi	11

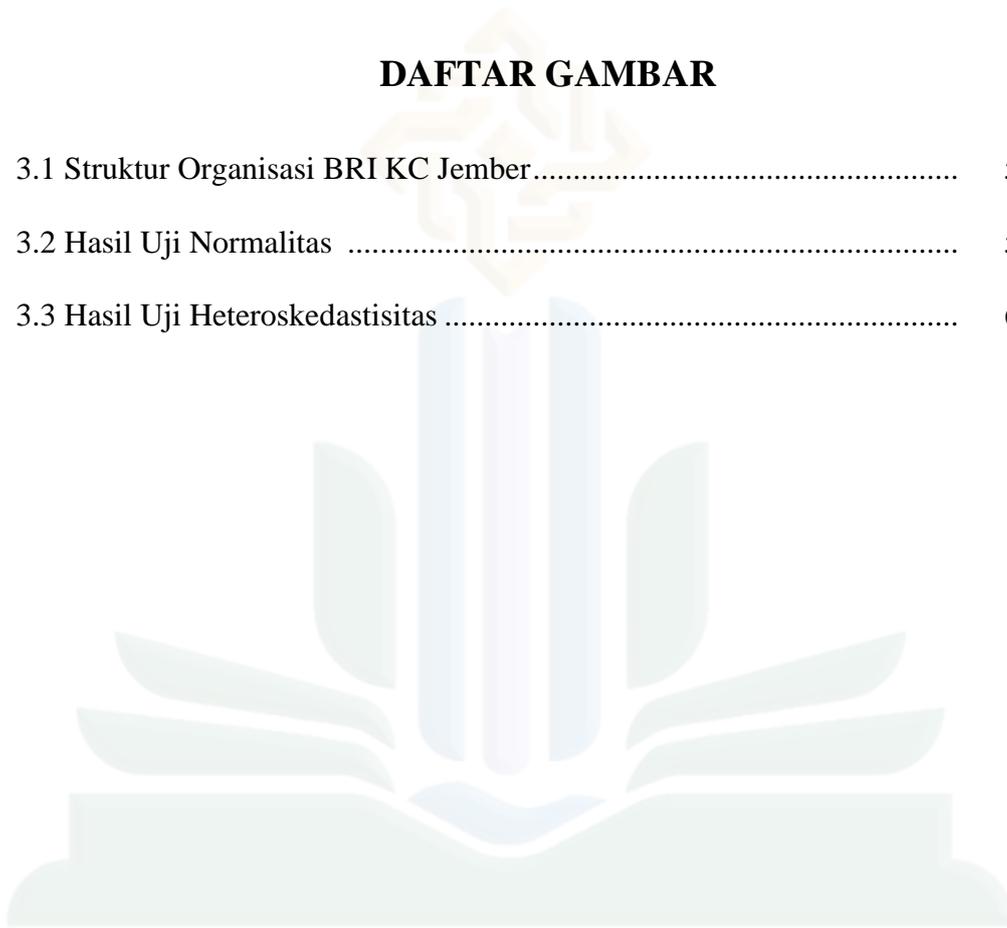
I. Metode penelitian	12
1. Pendekatan dan jenis penelitian	12
2. Populasi dan sampel.....	13
3. Teknik dan instrumen pengumpulan data	15
4. Analisis data.....	17
J. Sistematika pembahasan	26
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	27
A. Penelitian Terdahulu	27
B. Kajian teori	40
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	50
A. Gambaran objek dan penelitian.....	50
B. Penyajian Data	54
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	56
D. Pembahasan.....	68
BAB IV PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran – saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

1.1 Penghargaan Yang Diraih Oleh BRI 2017-2020	4
1.2 Proyeksi Pertumbuhan Jumlah Nasabah Pada Tahun 2020	
Beberapa Bank Umum Di Kabupaten Jember	4
1.3 Proyeksi Pertumbuhan Jumlah Nasabah Pada BRI KC Jember	
Dari Tahun 2016-2020	5
1.4 Skala Likert	16
2.1 Penelitian Terdahulu	36
3.1 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
3.2 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia	55
3.3 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
3.4 Hasil Uji Validitas.....	57
3.5 Hasil Uji Reabilitas	58
3.6 Hasil Uji Multikolonieritas	60
3.7 Hasil Uji Regresi Liner Berganda	62
3.8 Hasil Uji t (Parsial).....	64
3.9 Hasil Uji F (Simultan).....	66
3.10 Hasil Uji Determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

3.1 Struktur Organisasi BRI KC Jember.....	53
3.2 Hasil Uji Normalitas	59
3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia perkembangan dunia perbankan kini sangat pesat dinamis dan modern, baik dari segi ragam produk perbankannya serta kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki saat ini. Perbankan juga semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu Negara, tidak hanya di Negara maju tetapi juga di Negara berkembang.

Persaingan yang sangat ketat antar bank, terjadi juga perubahan dalam bisnis perbankan. Perubahan ini disebabkan karena adanya perubahan permintaan pelayanan dari nasabah, perubahan teknologi, dan adanya pesaing, baik dari bank maupun dari perusahaan keuangan non bank lainnya yang mengharuskan bank mengembangkan strategi pertahanan untuk menghindari kehilangan nasabahnya.

Nasabah mempunyai kriteria sendiri dalam memilih jasa perbankan untuk menyimpan dananya, adapun nasabah yang mengharapkan tingkat bunga yang tinggi pada produk tabungannya serta adanya jaminan keamanannya saat menyimpan dananya, ada pula nasabah yang menginginkan pelayanan yang cepat, mudah dalam pembukaan rekening dan mudah untuk diakses kapanpun nasabah perlukan. Banyaknya keinginan yang berbeda-beda dari nasabah, maka pihak manajemen bank perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, agar mampu menciptakan rasa puas dibenak nasabah.²

² Desak Ayu, "Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah", *Manajemen Unud*, Vol. 6 No. 11, (2017), 6272.

Nasabah puas maka nasabah akan loyal dalam membeli produk. Oleh karena itu, bank harus mengutamakan kualitas pelayanannya agar dapat terus bertahan dalam bisnisnya. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada kepuasan nasabah dan dampaknya juga akan berpengaruh pada kepercayaan nasabah dan kemudian terdorong untuk menimbulkan loyalitas nasabah yang akan menguntungkan bagi bank itu sendiri.

Kepercayaan menjadi hal yang penting bagi perbankan untuk menjalin hubungan dengan nasabah, karena nasabah tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa adanya kepercayaan. Kepercayaan tergantung pada faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan dari perusahaan. Perusahaan yang memiliki kredibilitas yang baik dalam menjalankan sebuah organisasi selalu mengingat dan meningkatkan kepentingan terbaik para anggotanya dan mudah untuk bekerja sama dengan anggotanya sehingga timbul rasa kepercayaan pada suatu perusahaan atau perbankan.³

Kepuasan nasabah dapat diukur dengan seberapa besar harapan terhadap produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan aktual. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk membeli atau memakai ulang produk atau jasa. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan membeli atau memakai yang sama dikemudian hari. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen.⁴

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid I dan II*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), 36.

⁴ Sopiah dan Sangadji, *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013), 181.

Kepuasan dari nasabah dibentuk, tugas dari pihak bank adalah membentuk loyalitas, dimana loyalitas nasabah secara tidak langsung muncul ketika kualitas layanan sesuai dengan harapan. Loyalitas nasabah ialah suatu usaha nasabah untuk terus menggunakan produk atau jasa dengan kesadaran, kesan dari kualitas yang diterima, serta kebanggaan menggunakan produk atau jasa yang diberikan untuk tetap melakukan pembelian ulang. Sikap loyal nasabah dapat meningkat, dengan cara pihak bank harus mampu mempertahankan kepuasan yang dirasakan nasabah dalam jangka panjang. Cara untuk tetap mempertahankan kepuasan dengan menambah nilai pelanggan untuk mendapatkan apa yang dibayar lebih dari yang diharapkan, dengan begitu nasabah dapat bertahan, melakukan pembelian ulang.⁵

Alasan peneliti memilih Bank BRI yaitu karena BRI telah memperoleh penghargaan dibidang kualitas layanan dan *contact center*. Pertama, peringkat tiga dari tujuh bank untuk *Customer Loyalty index (CLI)*. Kedua, peringkat tiga dari tujuh bank untuk *Satisfaction, Loyalty, and Engagement Index (SLE Index)*. Ketiga, peringkat pertama dalam kategori *Brand Usage* (bank yang paling banyak dikunjungi) untuk nasabah yang melakukan transaksi transfer dana di kantor cabang BRI. Keempat, peringkat dua dalam kategori *Brand Usage* (bank yang paling banyak dikunjungi) untuk nasabah yang melakukan transaksi setor-tarik tunai di kantor cabang BRI. Kelima, peringkat dua untuk *Customer Experience Service Quality Index*.⁶ Sederet penghargaan lainnya yang pernah diraih BRI adalah sebagai berikut:

⁵ Desak Ayu, "Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah", 6274.

⁶ Bank Rakyat Indonesia, *Annual Report 2020*, 178.

Tabel 1.1
Penghargaan Yang Diraih Oleh BRI 2017-2020

No	Periode	Penghargaan yang diraih
1.	7 September 2017	<i>Brand Asia 2017</i>
1.	19 Oktober 2017	<i>Best of the Best Award 2017</i>
2.	14 Desember 2017	BUMN Terbaik 2017
3.	30 Agustus 2018	<i>The Best Frictionless Customer Relationship Management: SABRINA</i>
4.	26 September 2018	<i>The Best Bank In Digital Service</i>
5.	28 Maret 2019	<i>Best Social Media</i>
6.	28 Juni 2019	Kredit Bank UMKM Terbaik
7.	30 Oktober 2019	<i>Best of the Best Company 2019</i>
8.	25 Mei 2020	Bank Dengan Merek Paling Bernilai di Indonesia
9.	30 Juli 2020	Top 1000 World Banks: BRI ranked 1 st in Indonesia
10.	25 Agustus 2020	<i>Best of the Best Company</i>

Sumber: *Annual Report 2017-2020*

Pertumbuhan nasabah di BRI memang sangat signifikan jika dibandingkan dengan bank umum lainnya. Hal ini bisa dilihat dari data berikut:

Tabel 1.2
Proyeksi Pertumbuhan Jumlah Nasabah Pada Tahun 2020
Beberapa Bank Umum Di Kabupaten Jember

Nama Bank	Tahun	Persentase
BRI	2020	30,89%
Mandiri	2020	30,28 %
BCA	2020	21,3 %
BNI	2020	14,3 %
BTN	2020	12,9 %

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah nasabah pada tahun 2020 antara kelima Bank Umum yang ada di Kabupaten Jember menunjukkan bahwa Bank BRI mengalami peningkatan pertumbuhan

nasabah yang paling banyak diantara kelima Bank Umum di Kabupaten Jember.

Pertumbuhan jumlah nasabah pada BRI KC Jember dari tahun 2016-2020 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Proyeksi Pertumbuhan Jumlah Nasabah Pada BRI KC Jember
Dari Tahun 2016-2020

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2016	8.656 nasabah
2	2017	8.851 nasabah
3	2018	9.113 nasabah
4	2019	9.651 nasabah
5	2020	13.966 nasabah

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2020 BRI KC Jember mengalami kenaikan nasabah yang cukup baik. Jumlah nasabah dari tahun ke tahun pada BRI KC Jember selalu mengalami peningkatan.

Berdasarkan fenomena diatas, maka hal ini peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BRI KC JEMBER”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember?
2. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember?
3. Apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember?

4. Apakah ada pengaruh secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.
4. Untuk mengetahui mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus obyektif dan realistis.⁷

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi dan kontribusi bagi kalangan intelektual, mahasiswa, praktisi, akademisi institut dan masyarakat umum yang ingin mengetahui lebih jauh tentang pengaruh

⁷ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 61.

kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Manfaat untuk peneliti sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar S1, juga untuk menambah wawasan pengetahuan dalam bidang perbankan.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat memberikan sebuah wawasan tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

c. Bagi Masyarakat

Memberikan pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat variabel terikat yang meliputi:

a. Variabel Independen (variabel bebas)

- 1) Kualitas layanan (X1)
- 2) Kepercayaan (X2)
- 3) Kepuasan (X3)

b. Variabel Dependen (variabel terikat)

1) Loyalitas nasabah (Y)

2. Indikator Variabel

a. Indikator dari variabel independen (variabel bebas)

1) Indikator dari variabel kualitas pelayanan yaitu:

- a) Bukti lnsung (*Tangible*)
- b) Keandalan (*Reliability*)
- c) Ketanggapan (*Responsiveness*)
- d) Jaminan dan kepastian
- e) Empati (*Empaty*)⁸

2) Indikator dari variabel kepercayaan yaitu:

- a) Keandalan
- b) Kejujuran
- c) Kepedulian
- d) Kredibilitas⁹

3) Indikator dari variabel kepuasan yaitu:

- a) Keandalan
- b) Kereponsifan
- c) Keyakinan
- d) Empati
- e) Berwujud¹⁰

⁸ Igi Pramana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Veteran Denpasar Bali", *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5 No.1, (2016), 15.

⁹ Fandy Tjiptno, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andhi Publisher, 2008), 43.

b. Indikator dari variabel dependen (variabel terikat)

Indikator dari variabel loyalitas nasabah yaitu:

- a) Melakukan pembelian secara teratur
- b) Merekomendasikan kepada orang lain
- c) Menggunakan jasa lain yang ditawarkan
- d) Tidak terpengaruh tawaran pesaing¹¹

F. Definisi Operasional

1. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan.¹²

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan mungkin didasarkan pada pengetahuan dan opini. Kepercayaan merupakan tingkat kepastian konsumen ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dari pelaku pasar dan teman-temannya. Kepercayaan bisa mendorong maksud

¹⁰ Ibid., 44.

¹¹ Griffin Jill, *Customer Loyalty*, (Jakarta:Erlangga, 2003), 54.

¹² J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 228.

untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan.¹³

3. Kepuasan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima sesuai yang diharapkan.¹⁴

4. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank. Mempertahankan loyalitas nasabah merupakan cara yang lebih efisien daripada bank harus mencari nasabah baru.¹⁵

G. Asumsi Penelitian

Variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan. Ketiga variabel tersebut digunakan untuk bisa dilihat pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember. Kualitas layanan yang dimaksud disini adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah atau pelanggan. Kepercayaan yang dimaksud disini adalah tingkat kepastian konsumen ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dari pelaku pasar dan

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), 180.

¹⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 192.

¹⁵ Evi Oktaviani, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Surabaya", *Jurnal of Business and Banking*, Vol. 2 No. 2, (November 2012), 173.

teman-temannya. Kepuasan yang dimaksud disini adalah persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya.

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum tentu jawaban empirik.

Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif, tidak dirumuskan hipotesis, tetapi justru diharapkan dapat ditemukan hipotesis, tersebut akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.¹⁶

Adapun hipotesis dalam penelitian adalah:

1. H₀: tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.
Ha: terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.
2. H₀: tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 63.

Ha: terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

3. H₀: tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

Ha: terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

4. H₀: tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

Ha: terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandas pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sementara jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Metode analisis deskriptif merupakan cara menafsirkan data yang ada sehingga peneliti fokus terhadap gambaran yang membahas

faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember yang mana ruang lingkungannya dibatasi pada kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.¹⁷

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek.¹⁸

Adapun populasi pada penelitian ini adalah para nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik *sampling* berupa *probability sampling*, yang merupakan metode *sampling* dimana setiap anggota populasinya memiliki peluang yang

¹⁷ Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan: Pendidikan, Kuantitatif, Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 11.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 80.

sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.¹⁹

Kemudian jenis *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* (sampel random sederhana) yakni pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Teknik ini dipilih dengan tujuan sampel yang diambil dapat mewakili karakteristik populasi yang diinginkan.²⁰

Menurut Widiyanto untuk ukuran populasi dalam penelitian yang tidak dapat diketahui dengan pasti jumlahnya, maka besar sampel yang digunakan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut²¹:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel

Z: Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%.

Pada penentuan ini *Z* pada $\alpha = 0,5$ adalah 1,96.

¹⁹ Ibid., 82.

²⁰ Ibid., 82.

²¹ Bangun Prasetyo, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi)”, (November 2007), 7.

Moe: Margin of error, yaitu tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi, ditetapkan sebesar 10%.

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 96 responden. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standard untuk memperoleh data yang diperlukan. Bila dilihat teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan, kuesioner (angket). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

a. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²²

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan untuk dikembangkan dari indikator dalam kusioner penelitian. Untuk pemberian skor pada angket dalam penelitian ini menggunakan *skala likert* yaitu skala yang digunakan menggunakan sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif

²² Muri Yusuf, *Metode Penelitian KTSualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: PT Galia, 2014), 135.

sampai sangat negatif.²³ Dalam penelitian ini, maka kriteria yang digunakan untuk penilaian yaitu menggunakan *skala likert* sebagai berikut:

Tabel 1.4
Skala Likert

Simbol	Kategori	Skor
SS	Sangat Setuju	5
ST	Setuju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah

Penggunaan lima kategori dalam skala tersebut di atas karena dapat dipandang mewakili dengan naik tingkat intensitas penilaian responden.

b. Sumber Data

Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan atas dua, yaitu sebagai berikut:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang-orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukan. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner.²⁴

²³ Ibid., 136.

²⁴ Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2006), 69.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu.²⁵

4. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metabelasi, data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun alat uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisa Data Kuantitatif

Analisa data Kuantitatif adalah analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik, serta data yang berupa angka atau bilangan.²⁶ Untuk mempermudah menganalisis data dalam penelitian, maka peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Tujuan dari analisis data adalah untuk menyusun dan menginterpretasikan data (kuantitatif) yang sudah diperoleh.²⁷

²⁵ Ibid., 69.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 147.

²⁷ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2008), 170.

b. Alat Analisis Data

1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur atau diinginkan serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti.

Adapun rumusan yang digunakan untuk menguji tingkat validitas instrumen dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus korelasi. Hasil r_{hitung} kita dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - 2$ dengan signifikan 5% jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid dan sebaliknya.²⁸

2) Uji Reabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut dianggap baik.

Reliabilitas artinya dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang hasilnya akan tetap sama (konsisten).

²⁸ Wiranta sujarweni. *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: pustaka baru press, 2015), 192.

Pengukuran reabilitas dapat dilakukan dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja. Alat ukur mengukur reabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka realibel dan sebaliknya.²⁹

3) Uji Asumsi Klasik

Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi berganda sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan kotak-kotak kerja yang sama dengan uji regresi.³⁰

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan melihat *probability plot*, dimana jika titik-titik *plot* menyebar disekitar garis diagonal dan tidak melebar dari garis diagonal berarti model regresi berdistribusi normal.³¹

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang

²⁹ Ibid., 192.

³⁰ Ibid., 181.

³¹ Ibid., 182.

sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolonieritas.³²

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *Variance Residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*.³³

4) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen yang akan diuji terhadap variabel dependen yaitu kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember. Dengan rumusan ekonometrika sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y = Loyalitas Nasabah

X₁ = Kualitas Layanan

³² Ibid., 185.

³³ Ibid., 185.

- X_2 = Kepercayaan
 X_3 = Kepuasan
 α = Konstanta / Kemiringan Slope
 β_1, β_2 dan β_3 = Koefisien
 e = *Error Term*

Untuk mengetahui serta menentukan pengaruh koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan bantuan SPSS.

a) Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk membandingkan rata-rata dua populasi dengan data yang berskala interval.³⁴ Adapun langkah-langkah uji t adalah sebagai berikut:

(1) Menentukan hipotesis:

H_a adalah kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

H_0 adalah kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

³⁴ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 154.

(2) Menentukan derajat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) dari t_{hitung} dan t_{tabel} .

(3) Menentukan t_{hitung} dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n+2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r: nilai koefisien korelasi

n: jumlah sampel

(4) Menentukan t_{tabel} (diambil dari hasil distribusi t pada $\alpha = 5\%$. Rumus $t_{tabel} = N-k$

(5) Membuat kesimpulan:

Criteria uji t:

(a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menyatakan bahwa variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y).

(b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menyatakan bahwa variabel independen (X) secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen (Y).

b) Uji F (Simultan)

Pada regresi berganda, yakni regresi yang variabel bebasnya lebih dari satu, pengujian tidak hanya dilakukan pada koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas, namun juga perlu dilakukan pengujian secara simultan (bersama-

sama). Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dapat dilakukan dengan uji F. Hal ini dilakukan dengan jalan membandingkan antara F_{hitung} dengan F .³⁵

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2) dan kepuasan (X_3), dimana mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Y). Berikut langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

(1) Merumuskan hipotesis

(a) $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$, berarti secara simultan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen yaitu kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap variabel dependen loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

(b) $H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, berarti secara simultan ada pengaruh signifikan antara variabel independen yaitu kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap variabel dependen loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

(c) Menentukan tingkat signifikansi dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) dari F_{hitung} dan F_{tabel} .

³⁵ Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran*, (Malang:UMM Press, 2004), 179.

(d) Menentukan F_{hitung} dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1-R^2) \frac{n-k-1}{n-k-1}}$$

Keterangan:

R: Nilai korelasi ganda

k: jumlah variabel bebas (independen)

n: jumlah sampel

(e) Menentukan F_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ dengan tingkat keyakinan 95%.

(f) Membuat kesimpulan

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima maka menyatakan bahwa masing-masing variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak maka menyatakan bahwa masing-masing variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 adalah koefisien determinasi yakni suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variabel dependen) dari suatu persamaan regresi.³⁶

R^2 merupakan fungsi yang menaik (*non decreasing function*) dari variabel-variabel bebas yang tercakup dalam persamaan regresi linear berganda. Semakin banyak variabel yang tercakup dalam model, makin menaik fungsi tersebut, artinya makin besar nilai R^2 tersebut.³⁷

Biasanya R^2 berkisar antara 0 sampai 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$, yang berarti variasi dari variabel bebas semakin dapat menjelaskan variasi dari variabel tidak bebas bila angkanya semakin mendekati 1. Jadi untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan *R Square*. Adapun rumus koefisien determinasi adalah:

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana:

R^2 : koefisien determinasi

r: koefisien korelasi

³⁶ Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 178.

³⁷ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekar Aplikatif, Edisi kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 131.

J. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam mempelajari materi ini, penting adanya sebuah sistematika pembahasan. Adapun sistematika ini direncanakan menjadi empat bab, yaitu:

BAB I: Pendahuluan, yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel dan indikator variabel), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, dan analisis data) dan sistematika pembahasan.

BAB II: Kajian kepustakaan, membahas mengenai penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III: Penyajian data dan analisis, memaparkan tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB IV: Penutup atau kesimpulan dan saran.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan perbedaan penelitian yang hendak dilakukan.³⁸ Diantaranya adalah:

1. Rinjani Meisy Prina Utami (2020)³⁹: Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Syariah Kcp Cilacap.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik probability sampling sebanyak 100 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Pengaruh Penggunaan EBanking, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap memiliki hubungan signifikan dan positif terhadap minat menggunakan internet banking.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan

³⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 39.

³⁹ Rinjani Meisy Prina Utami, *Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Syariah Kcp Cilacap*, (Purwokerto: IAIN Purwoerto, 2020).

kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel penggunaan E-Banking.

2. Zulham Burhanuddin (2020)⁴⁰: Pengaruh Kepercayaan, Kualitas pelayanan, Citra Perusahaan, Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Unit Colo Dawe Kudus.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kepercayaan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Sedangkan variabel kepuasan nasabah tidak bisa menjadi variabel mediasi antara kepercayaan dengan kepuasan nasabah.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dependen. Zulham Burhanuddin menggunakan variabel dependen dua, yaitu loyalitas nasabah dan kepercayaan.

3. Arum Sri Wahyuni Ningsih (2019)⁴¹: Komitmen, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

⁴⁰ Zulham Burhanuddin, *Pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, citra perusahaan, terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pada bank bri unit colo dawe kudus*, (Kudus: Universitas Muria Kudus, 2020).

⁴¹ Arum sri wahyuni ningsih, *komitmen, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah sarana prima mandiri pamekasan*, (Tulung Agung: IAIN Tulung Agung, 2019).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan analisis asosiatif hubungan klausal.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Secara simultan uji F diketahui variable komitmen, kepercayaan, dan kepuasan nasabah secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variable loyalitas nasabah di BPRS SPM Pamekasan. 2) Hasil uji t H0 diterima pada variabel X1 dan X2, Sedangkan H0 ditolak pada variabel X3. 3) hasil uji Adjusted R Square pada model ini adalah 0,622 hal ini berarti 62,2% variable loyalitas nasabah di BPRS SPM Pamekasan bisa dijelaskan variable komitmen,kepercayaan, dan kepuasan nasabah, sedangkan sisanya (100% - 62,2% = 37,8%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel komitmen.

4. Adhe Lina Riananda (2019)⁴²: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi berganda.

⁴² Adhe Lina Riananda, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019).

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas, dengan nilai thitung sebesar $2,221 > t_{tabel} 1,660$. Sama dengan variabel kepuasan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah diperoleh nilai t hitung $> t_{tabel} (6,941 > 1,660)$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Begitu pula secara simultan variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai Fhitung sebesar $49,377 > F_{tabel} 3,09$.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terdapat pada variabel independen. Adhe Lina Riananda menggunakan variabel independen dua, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan.

5. Sutikno (2019)⁴³ : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bank Bukopin Tbk Cabang Yogyakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode random sampling, yaitu mengambil sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap

⁴³ Sutikno, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bank Bukopin Tbk Cabang Yogyakarta*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2019).

loyalitas konsumen dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya. Sutikno menggunakan variabel independen hanya satu yaitu kualitas pelayanan.

6. Eka Kusumawati (2018)⁴⁴: Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bprs Sukowati Sragen Cabang Boyolali).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel kepercayaan dan komunikasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas sedangkan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Variabel kepuasan juga tidak mampu memediasi komitmen dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya yaitu komitmen dan komunikasi.

⁴⁴ Eka Kusumawati, *Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bprs Sukowati Sragen Cabang Boyolali)*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018).

7. Suherly (2018)⁴⁵ : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Syariah Cabang Cirebon.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survey. Pengambilan sampel menggunakan random sampling dengan jumlah responden 100 nasabah.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan secara simultan dan parsial memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di bank syariah. Adapun hubungan atau korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan bersifat kuat dan searah dengan nilai 0,814. Hasil penelitian ini menginformasikan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh secara signifikan dan menjadi faktor yang penting terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya. Suherly menggunakan variabel independen dua, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

8. Syafira Ulfa (2018)⁴⁶: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah).

⁴⁵ Suherly, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Syariah Cabang Cirebon*, (2018).

⁴⁶ Syafira Ulfa, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah)*, (Medan, Universitas Negeri Islam Sumatera Utara , 2018).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuisioner dengan pengukuran skala likert dan sampel yang digunakan sebanyak 98 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah $0,000 < 0,05$, 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 intervening $0,000 < 0,05$. Uji Analisis Path Kepuasan Nasabah mampu memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai pengaruh tidak langsung $>$ pengaruh langsung, yakni $0,369 > 0,167$. Dan Uji Sobel Kepuasan Nasabah mampu memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai thitung $4,6625 >$ dari ttabel $1,66005$.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya. Syafira Ulfa menggunakan variabel independen satu, yaitu kualitas pelayanan.

9. Alfi Annisatul Fauziah (2017)⁴⁷: Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Bank Bri Syariah Cabang Semarang).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan Metode pemilihan sampel dengan mengambil dari sebagian populasi yang ada, yaitu dengan menggunakan rumus slovin dan memperoleh 100 responden sebagai sampel.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah secara individu. Secara simultan kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Variabel corporate image berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Variabel corporate image berhasil memperkuat variabel kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah tetapi corporate image tidak memperkuat dalam memoderasi kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya. Alfi Annisatul Fauziah menggunakan variabel independen dua, yaitu kualitas layanan dan kepuasan.

⁴⁷ Alfi annisatul fauziah, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Bank Bri Syariah Cabang Semarang)*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2017).

10. Ifani Nurfitri (2016)⁴⁸: Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Kuningan).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode probability sampling dan diambil 100 sampel dari total populasi 10.583.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Kepercayaan responden terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan sangat tinggi. (2) Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan sudah baik. (3) Tingkat kepuasan nasabah terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan cukup puas. (4) Tingkat loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan sudah loyal. (5) Terdapat pengaruh sebesar 22,7% antara kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. (6) Terdapat pengaruh sebesar 33,0% antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. (7) Terdapat pengaruh secara simultan sebesar 55,8% antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil Uji hipotesis F secara simultan diperoleh nilai Fhitung = 61,180 lebih besar dari nilai Ftabel yaitu 2,70 maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. (8) Terdapat pengaruh sebesar 39,6% antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

⁴⁸ Ifani Nurfitri, *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Kuningan)*, (Cirebon: IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2016).

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya. Ifani Nurfitri menggunakan variabel independen dua, yaitu kepercayaan dan kualitas pelayanan.

Berikut tabel 1.2 yang mendeskripsikan tentang apa saja perbedaan dan persamaan yang ada pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang hendak dilakukan saat ini:

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

N O	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Rinjani Meisy Prina Utami (2020)	Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Syariah Kcp Cilacap	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Syariah Kcp Cilacap
2	Zulham Burhanudin (2020)	Pengaruh Kepercayaan, Kualitas pelayanan, Citra Perusahaan, Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada

		Pada Bank Bri Unit Colo Dawe Kudus		Bank Bri Unit Colo Dawe Kudus
3	Arum Sri Wahyuni Ningsih (2019)	Komitmen, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Komitmen, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.
4	Adhe Lina Riananda (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.
5	Sutikno (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bank Bukopin Tbk Cabang Yogyakarta	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bank Bukopin Tbk Cabang Yogyakarta.
6	Eka Kusumaw	Pengaruh Kepercayaan,	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti

	ati (2018)	Komitmen Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bprs Sukowati Sragen Cabang Boyolali)	kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan	b. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bprs Sukowati Sragen Cabang Boyolali).
7	Suherly (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Syariah Cabang Cirebon	a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah	a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Syariah Cabang Cirebon
8	Syafira Ulfa (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang	a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah	a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah).

		Petisah)		
9	Alfi Annisatul Fauziah (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Bank Bri Syariah Cabang Semarang)	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Bank Bri Syariah Cabang Semarang).
10	Ifani Nurfitri (2016)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Kuningan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Kuningan).

(Sumber Data: Kajian Terdahulu)

B. Kajian Teori

1. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan.

Menurut Philip Kotler, layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.⁴⁹ Bentuk pelayanan dapat berbentuk apa saja, yaitu setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain yang mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik. Pelayanan yang diberikan dengan sebaik baiknya, diharapkan dapat memuaskan anggota dalam menggunakan layanan yang ditawarkan, pada tahap selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan anggota pengguna layanan tersebut sebanyak mungkin serta mampu mempertahankan anggota yang sudah ada.⁵⁰

Menurut Kasmir, pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang, atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, sesama karyawan, dan juga terhadap pimpinan organisasi. Pada umumnya, pelayanan yang tinggi

⁴⁹ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran edisi Bahasa Indonesia (Jakarta: Prenhallindo, 1999), 179

⁵⁰ Ibid., 179.

akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian ulang yang akan lebih sering dilakukan.⁵¹

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah atau pelanggan.

b. Dimensi Kualitas Layanan

- 1) Bukti langsung (*tangibles*), adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- 2) Keandalan (*reliability*), adalah kemampuan perusahaan yang untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

⁵¹ Kasmir, *Customer Service Excellent*, (Depok:PT Raja Grafindo Persada, 2017), 47.

- 3) Daya tanggap (*responseveness*), adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) Jaminan (*assurance*), adalah pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa aspek antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- 5) Empati (*emphaty*), adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.⁵²

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas pelayanan

Faktor–faktor yang mempengaruhi kualitas layanan agar dapat menyediakan layanan yang melebihi standar adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan komunikasi intenal dan meynediakan pendukung, artinya pada saat melayani pelanggan atau nasabah karyawan harus mengatur konflik antara kebutuhan pelanggan dengan kebutuhan perusahaan. Ketika karyawan sudah diberikan tanggung jawab

⁵² Nina Indah Febriana, “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”, *Jurnal An-Nisbah*, Vol.3 No.1, (Oktober 2016), 148-149 .

untuk menyediakan layanan kepada pelanggan atau nasabah maka kualitas layanannya harus lebih meningkat.

- 2) Memberi informasi dan pelatihan, artinya karyawan harus memahami produk-produk yang terdapat pada perusahaan dan mampu memahami kebutuhan pelanggan atau nasabah.
- 3) Menyediakan dukungan emosional, artinya layanan penyedia jasa harus mempunyai pendukung untuk menyampaikan layanan yang diinginkan oleh pelanggan atau nasabah.⁵³

2. Kepercayaan

a) Pengertian Kepercayaan

Menurut Agung Ratih Permatasari, kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang dia inginkan pada diri orang lain.⁵⁴ Kepercayaan tentunya akan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena yakin bahwa partnernya akan memberikan kepuasan yang dia harapkan dan dapat dipercaya. Kepercayaan memegang peran penting dalam jalinan hubungan jangka panjang bagi pelanggan yang memiliki orientasi hubungan tinggi terhadap perusahaan.⁵⁵

Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun kepuasan walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama.

⁵³ Cristina Widya Utami, *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel. Modern)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 263-264.

⁵⁴ Agung Ratih Permatasari, *Kepercayaan Pelanggan Diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan*, (Jawa Tengah: Lakeisha, 2020), 23.

⁵⁵Ibid., 23.

b) Dimensi Kepercayaan

1) Kepercayaan Keyakinan (Trusting Belief)

Trusting belief adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam situasi tertentu. *Trusting belief* merupakan persepsi pihak yang percaya (nasabah) terhadap pihak yang dipercaya (perusahaan) dimana perusahaan mempunyai karakteristik tersendiri untuk memberikan keuntungan bagi nasabah.

2) Niat Mempercayai (Trusting Intention)

Trusting Intention adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung kepada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain.⁵⁶

c) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

1) Nilai Lebih

Nilai lebih adalah dimana suatu mitra bisnis memiliki keyakinan tentang tingkah laku, tujuan dan peraturan yang penting maupun tidak penting, benar maupun tidak benar, dan tepat maupun tidak tepat. Nilai lebih ini menyimbolkan keyakinan konsumen dan bank terhadap etika-etika, keamanan dan privasi.

2) Komunikasi

Komunikasi sangat penting, dikarenakan mempunyai karakteristik sosial dan membangun kepercayaan konsumen.

⁵⁶ Meliana Utami, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah", *CIMAE*, Vol. 2 (2019), 173.

Semakin tinggi tingkat komunikasi, maka akan semakin besar pengaruhnya pada kepercayaan konsumen dan kemungkinan besar akan meningkatkan transaksi nasabah.⁵⁷

3. Kepuasan

a) Pengertian Kepuasan

Menurut Philip Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerjanya, yang bisa berupa suatu produk dan harapan-harapannya.⁵⁸ Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak akan puas dan jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan amat puas atau senang. Konsumen yang puas cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain.⁵⁹

Kepuasan pelanggan merupakan basis bagi keberhasilan perusahaan, terutama dalam kondisi persaingan yang sangat ketat. Pemikiran yang mendasari mengenai arti kepuasan pelanggan adalah pelanggan yang merasa puas atas suatu produk atau layanan yang diberikan, akan memiliki kemungkinan yang besar untuk melakukan pembelian ulang, mencoba produk dan jasa lain yang ditawarkan perusahaan, mengabarkan keunggulan produk atau jasa perusahaan kepada pihak lainnya.⁶⁰

⁵⁷ Mahmudatus Sa'diyah, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Mobile banking Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus", *Jurnal Equilibrium*, Vol. 1 No. 1 (Juni 2013), 124-126.

⁵⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid Pertama*, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), 45.

⁵⁹ *Ibid.*, 45.

⁶⁰ Yendra, "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Jayapura", *Jurnal Future*, (April 2016), 269.

b) Dimensi Atribut Faktor Utama Yang Harus Diperhatikan

- 1) Kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- 5) Biaya. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan.⁶¹

c) Faktor-faktor Pembentuk Kepuasan

- 1) Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan.
- 2) Kesiediaan untuk merekomendasikan dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindak.⁶²

⁶¹ Ibid., 270.

⁶² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia, 2005), 101.

4. Loyalitas Nasabah

a) Pengertian Loyalitas Nasabah

Menurut Hadiyati, loyalitas nasabah merupakan sebuah usaha nasabah untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepercayaan dan kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti dengan pembelian ulang.⁶³ Loyalitas nasabah dapat dibentuk dari rasa percaya yang telah diciptakan sebelumnya yang berada dibenak nasabah. Apabila nasabah loyal pada suatu perusahaan, maka nasabah tidak akan berpindah ke bank lain untuk menginvestasikan uangnya, sehingga dapat menguntungkan kedua belah pihak.⁶⁴

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah atau pelanggan adalah suatu sikap yang dimiliki oleh seorang nasabah atau pelanggan yang berwujud kesetiaan terhadap perusahaan dengan bersedia melakukan pembelian secara ulang.

b) Cara Membangun Loyalitas Nasabah

Terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan atau nasabah, menjadi aset penting dalam menjalankan usaha. Lima cara mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan atau nasabah diantaranya ialah:

- 1) Berikan perhatian *before* dan *after*.
- 2) Ciptakan sebuah hubungan yang saling menguntungkan.
- 3) Lakukan *followup* pasca penjualan.

⁶³ Ni Made Rastini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali", 710.

⁶⁴ Ibid., 710.

- 4) Tawarkan program menarik untuk menjaga loyalitas pelanggan.
 - 5) Berikan keuangan bagi pelanggan setia anda.⁶⁵
- c) Dimensi Loyalitas Nasabah

1) Transaksi Berulang

Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular purchase*). Loyalitas ini mengacu pada unit-unit pengembalian keputusan untuk melakukan secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.

2) Merekomendasikan kepada orang lain

Merekomendasikan kepada orang lain (*refrs other*). Pelanggan yang loyal akan suka merekomendasikan perusahaan kepada teman-teman dan rekannya. Karena pelanggan tersebut sudah merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

3) Membeli diluar lini produk dan jasa

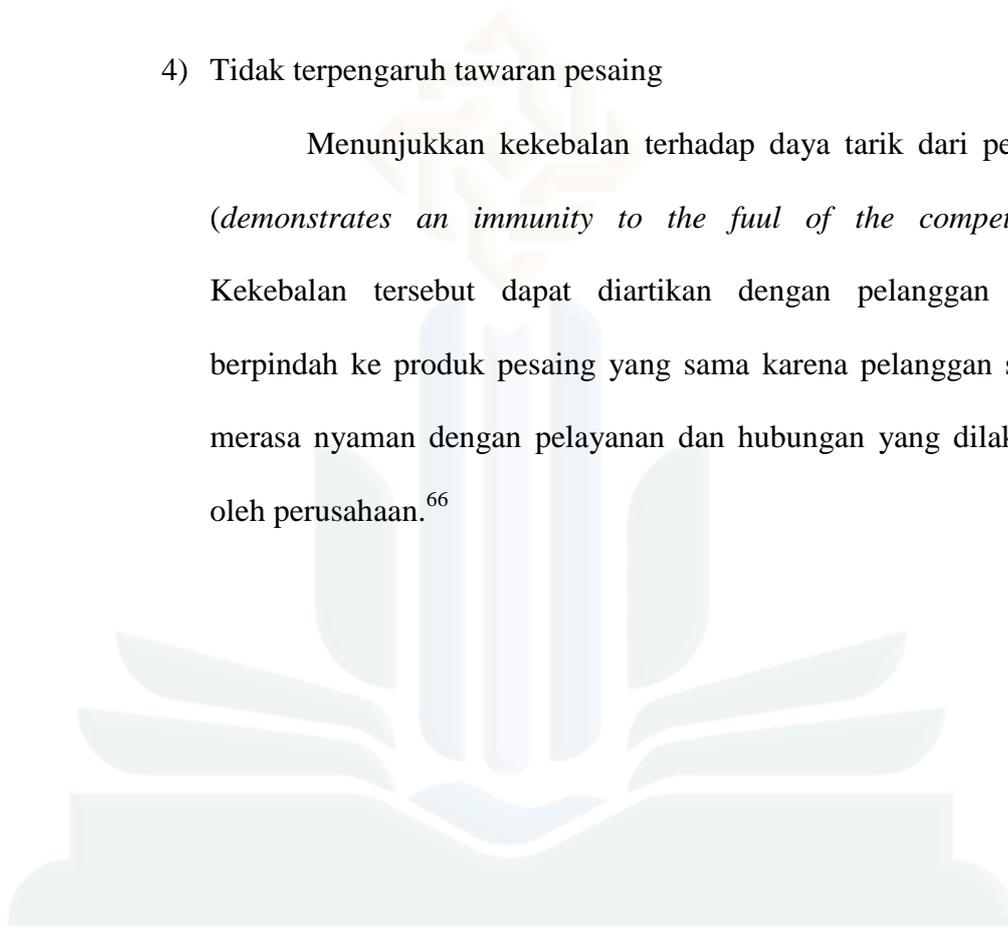
Membeli diluar lini produk dan jasa (*purchases accross product and service lines*). Membeli diluar lini produk dan jasa artinya keinginan untuk membeli lebih dari produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan maka akan percaya juga untuk urusan lain.

⁶⁵ Warnadi Aristriyono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 32.

4) Tidak terpengaruh tawaran pesaing

Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik dari pesaing
(*demonstrates an immunity to the pull of the competition*).

Kekebalan tersebut dapat diartikan dengan pelanggan tidak berpindah ke produk pesaing yang sama karena pelanggan sudah merasa nyaman dengan pelayanan dan hubungan yang dilakukan oleh perusahaan.⁶⁶



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

⁶⁶ Griffin Jill, *Customer Loyalty*, (Jakarta:Erlangga, 2003), 203.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan bank pemerintahan yang beroperasi pertama kali di Indonesia. Dalam perkembangannya BRI sudah mengalami beberapa kali perubahan nama dan status yang memiliki kaitan erat dengan sejarah perjuangan bangsa Indonesia. Perubahan-perubahan yang dilakukan BRI tentunya mengandung arti penting bagi perkembangan dan pertumbuhan BRI. Hal ini sejalan dengan cita-cita dan tujuan BRI yang tertuang dalam visi dan misi BRI dalam melayani nasabah.

2. Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia

Perjalanan bisnis PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dimulai pada tahun 1895 di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjoatmadja yang awalnya mengelola dana yang masjid untuk disalurkan kepada masyarakat dengan skema yang sederhana.

Sepanjang sejarah, berbagai nama telah melekat pada BRI, mulai dari De Poerwokertosche Bestuurs Ambtenareen, Syomin Ginko, sampai akhirnya resmi ditetapkan menjadi Bank Rakyat Indonesia sejak 18 Desember 1968 berdasarkan UU No. 21 Tahun 1968.

BRI berubah status hukum pada tahun 1992 menjadi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) berdasarkan Undang-undang Perbankan No. 7

Tahun 1992 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta, kini Bursa Efek Indonesia pada 10 November 2003, dengan kode saham BBRI. Pada tahun 2007, BRI mengambil langkah strategis dengan mengakuisisi Bank Jasa Artha (BJA), yang kemudian dikonversi menjadi Bank BRI Syariah. Unit usaha syariah milik BRI kemudian dipisahkan dari BRI dan digabungkan kedalam PT Bank BRI Syariah pada 1 Januari 2009 dan kemudian pada tanggal 3 Maret 2011 BRI mengakuisisi saham PT Agro Niaga Tbk dari Dana Pensiunan Perkebunan (Dapenbun).

Sejak awal berdiri, BRI konsisten fokus pada segmen UMKM serta menjadi pelopor *microfinance* di Indonesia. Komitmen ini tetap dijaga sampai saat ini dan dengan dukungan pelayanan memberikan pelayanan perbankan terutama segmen UMKM, BRI mampu mencatat prestasi sebagai bank dengan laba terbesar 15 tahun berturut-turut. Dengan berinovasi, BRI mampu merespon setiap perkembangan yang terjadi di masyarakat dan dunia bisnis. Salah satunya adalah perkembangan teknologi. BRI menjadi yang pertama dalam menyediakan layanan *self-service banking* di Indonesia melalui *BRI Hybrid Banking* pada tahun 2013. Layanan perbankan berbasis teknologi dibawah BRI sampai ke pelosok negeri, bahkan sampai ke pulau-pulau kecil Nusantara. Di tahun 2015, BRI meluncurkan Teras BRI Kapal, layanan perbankan pertama di dunia yang ada di atas laut. Lalu, pada tanggal 18 Juni 2016, BRI meluncurkan BRI sat. Ini menjadikan BRI bank pertama di dunia yang memiliki dan mengoperasikan satelit sendiri.

Untuk memperkuat eksistensi bisnis di kancah global, BRI membuka unit kerja diluar negeri. Di tahun 2015, BRI membuka kantor di Singapura dan mengakuisisi PT Asuransi Jiwa Sejahtera (*Bringin Life*). Sebelumnya telah berdiri unit kerja di beberapa negara lain, seperti BRI New York Regeerency, BRI Caymand Island Branch, Hong Kong Representative Office, dan BRI Remittance Hong Kong. Pada tahun 2017, BRI membuka unit kerja di Timur Leste. Selain itu, di tahun 2017 BRI meluncurkan BRISPOT dan terus dikembangkan di tahun 2018. Di tahun 2019 BRI terus melakukan terobosan inovasi atas produk dan layanan keuangannya dalam digital banking di Indoensia. Beberapa produk *digital banking* antara lain PINAG, BRImo, pinjaman online yang diberi nama CERIA. Pada tahun 2020, BRI secara aktif menjadi mitra utama pemerintah dalam mengimplementasikan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang telah memberikan dampak positif, tidak hanya bagi debitur sebagian besar UMKM, tetapi juga bagi BRI. Sebagai upaya penyelamatan debitur terdampak Covid-19, sampai dengan Desember 2020, perseroan telah melakukan restrukturisasi sebesar 186,6 triliun kepada 2,8 juta debitur, dimana sebagian besar UMKM.⁶⁷

3. Visi dan Misi PT. Bank Rakyat Indonesia

a) Visi PT. Bank Rakyat Indonesia

Menjadi *The Most Valuable Banking Group* di Asia Tenggara
dan *Champion of Financial Inclusion*

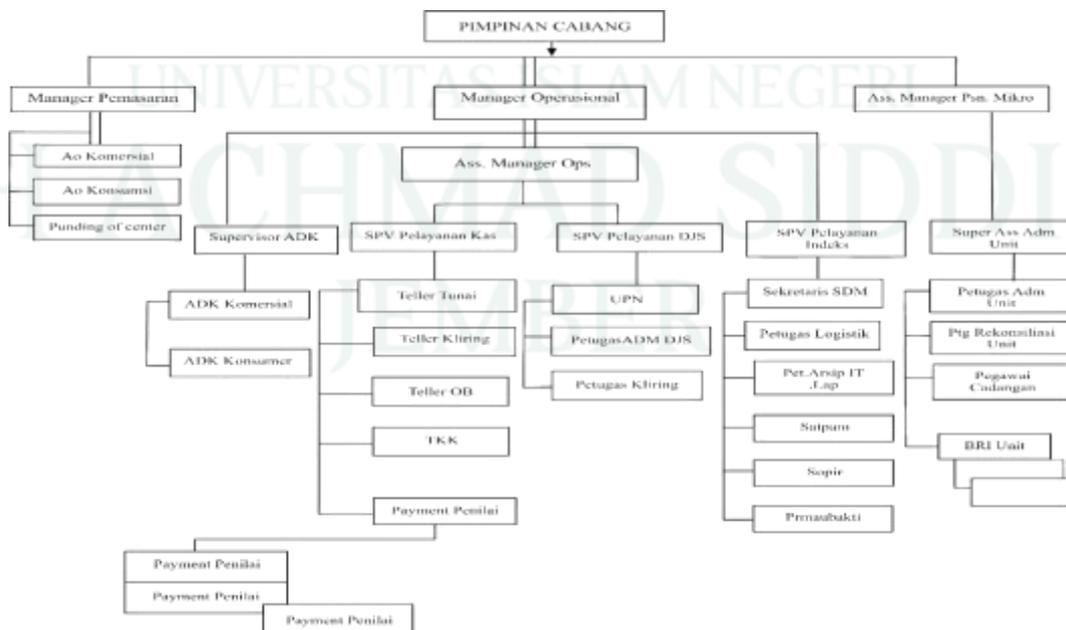
⁶⁷ Bank Rakyat Indonesia, *Annual Report 2020*, 86-88.

b) Misi PT. Bank Rakyat Indonesia

- 1) Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- 2) Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operasional dan *risk manajemen excellence*.
- 3) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stake-stake holders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *good corporate governance* yang sangat baik.

4. Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia

Struktur Organisasi Bank BRI Kantor Cabang Jember



B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

a) Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	29
2	Perempuan	67
	Jumlah	96

Sumber: Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, menyatakan bahwa dari 96 responden jumlahnya hampir sama, namun lebih dominan oleh perempuan, yaitu sebanyak 67, sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 29 responden.

b) Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah
1	Dibawah 20 tahun	6
2	20-29 tahun	77
3	30-39 tahun	5
4	40-49 tahun	5
5	50 tahun keatas	3
	Jumlah	96

Sumber: Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 3.2 terlihat bahwa dari 96 responden diantaranya terdiri dari responden yang berusia dibawah 20 tahun sebanyak 6 responden, usia 20-29 tahun sebanyak 77 responden, usia 30-39 sebanyak 5 responden, usia 40-49 tahun sebanyak 5 responden, dan usia 50 tahun keatas sebanyak 3 responden.

c) Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1	PNS	2
2	Pegawai Swasta	5
3	Wiraswasta/Pedagang	17
4	Mahasiswa/Pelajar	53
5	Lainnya	19
	Jumlah	96

Sumber: Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 3.3 terlihat bahwa dari 96 responden diantaranya terdiri dari responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 2 responden, yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 5 responden, yang bekerja sebagai wiraswasta/pedagang sebanyak 17 responden, yang bekerja sebagai mahasiswa/pelajar sebanyak 53, dan yang bekerja sebagai lainnya sebanyak 19 responden.

C. Analisis Dan Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Instrumen Data

Sebelum dilakukan pengolahan data dari hasil jawaban kuesioner (data primer), terlebih dahulu dilakukan uji validitas instrumen (butir pertanyaan) yang digunakan agar dapat diketahui kelayakan dari penggunaan butir pertanyaan dalam penelitian. Pengujian Instrumen tersebut dilakukan dengan bantuan program *SPSS Version 2.2*.

a) Uji Validitas

Uji validitas disini menggunakan rumus Bevariate Pearson SPSS yang dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, $96-2= 94$ dengan α (alpha) 5% (0,05) di dapat $r_{tabel} = 0,1689$. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka butir soal pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Uji validitas menggunakan bantuan *SPSS Statistics versi 22*. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	Alpha (α)	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Kualitas Layanan (X1)	X.1.1	0,05	0,1689	0,418	Valid
		X1.2	0,05	0,1689	0,729	Valid
		X1.3	0,05	0,1689	0,556	Valid
		X1.4	0,05	0,1689	0,799	Valid
		X1.5	0,05	0,1689	0,409	Valid
		X1.6	0,05	0,1689	0,614	Valid
		X1.7	0,05	0,1689	0,732	Valid
		X1.8	0,05	0,1689	0,799	Valid
		X1.9	0,0	0,1689	0,409	Valid
2	Kepercayaan (X2)	X2.1	0,05	0,1689	0,792	Valid
		X2.2	0,05	0,1689	0,795	Valid
		X2.3	0,05	0,1689	0,801	Valid
		X2.4	0,05	0,1689	0,781	Valid
3	Kepuasan (X3)	X3.1	0,05	0,1689	0,832	Valid
		X3.2	0,05	0,1689	0,784	Valid
		X3.3	0,05	0,1689	0,712	Valid
		X3.4	0,05	0,1689	0,821	Valid
4	Loyalitas Nasabah (Y)	Y1	0,05	0,1689	0,905	Valid
		Y2	0,05	0,1689	0,866	Valid
		Y3	0,05	0,1689	0,894	Valid
		Y4	0,05	0,1689	0,868	Valid

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan dalam penelitian ini menunjukkan semua item penelitian

dikatakan valid karena nilai $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$.

b) Uji Reabilitas

Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha*.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Uji reliabilitas menggunakan bantuan *SPSS Statistics versi 22*.

Hasil pengujiannya dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standarisasi	Keterangan
1	Kualitas Layanan (X1)	0,791	0,60	Reliabel
2	Kepercayaan (X2)	0,802	0,60	Reliabel
3	Kepuasan (X3)	0,776	0,60	Reliabel
4	Loyalitas Nasabah (Y)	0,906	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 dan oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dari keempat variabel diatas adalah reliabel.

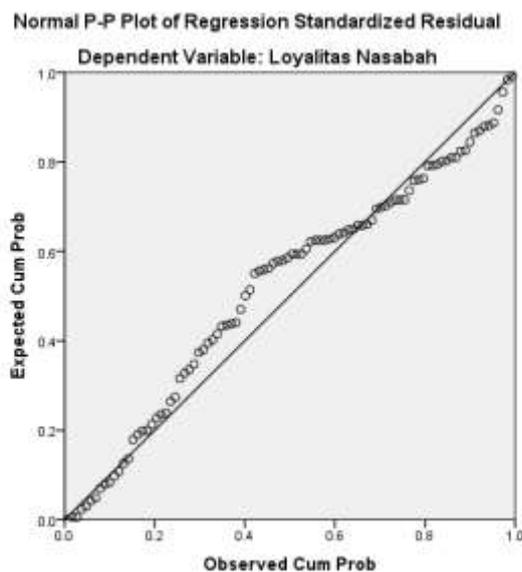
2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model tersebut memenuhi asumsi normalitas.⁶⁸ Berikut hasil uji normalitas data dengan menggunakan bantuan *SPSS Version 22* sebagai berikut:

⁶⁸ Wiranta Sujarweni. *SPSS Untuk Penelitian*, 182.

Gambar 3.2
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Dari hasil tampilan grafik normal plot terlihat titik-titik disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi

multikolinieritas.⁶⁹ Berikut hasil pengujian multikolinieritas dengan menggunakan bantuan *SPSS Version 22* sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	.988	1.012
	Kepercayaan	.446	2.244
	Kepuasan	.449	2.228

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa uji multikolinieritas model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel bebas, karena dapat dilihat dari nilai *tolerance* pada masing-masing variabel bebas atau independen yang lebih besar dari 0,10. Sedangkan perhitungan VIF menunjukkan bahwa nilai VIF pada masing-masing variabel bebas kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang digunakan tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Asumsi ini menyatakan bahwa apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dan residual satu pengamatan yang lain.

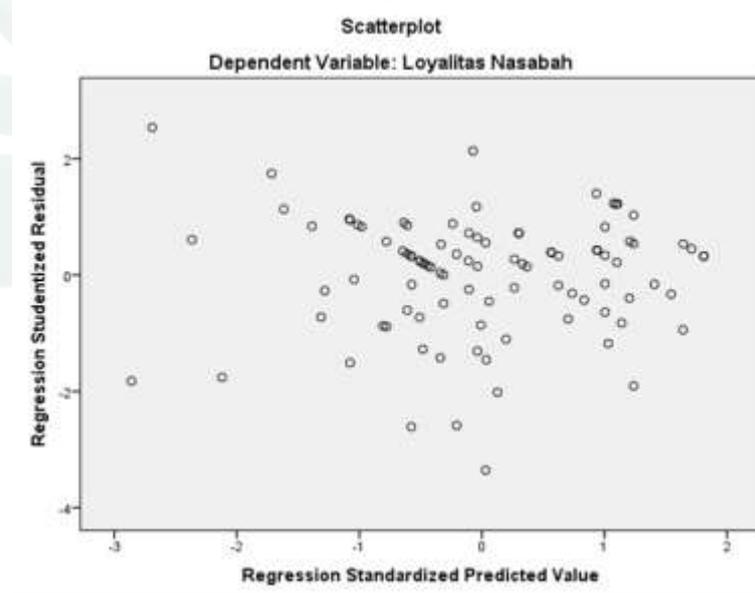
Jika variansi satu residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut

⁶⁹ Wiranta Sujarweni. *SPSS Untuk Penelitian*, 185.

homokedastisitas. Dalam perhitungan melalui *SPSS*, dasar pengampilan keputusannya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, titik-titik membentuk pola (melebar, bergelombang, menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 3.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil estimasi analisis regresi berganda dengan bantuan program *SPSS Statistics versi 22*, maka dalam proses perhitungannya diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.061	2.927		.704	.483
	Kualitas Layanan	-.084	.070	-.079	-1.197	.234
	Kepercayaan	.588	.119	.486	4.937	.000
	Kepuasan	.428	.122	.345	3.515	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel di atas mengenai estimasi regresi linier berganda dengan bantuan program *SPSS Statistics versi 22*, maka dapat disimpulkan persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \\
 &= 2,061 - 0,84 + 0,588 + 0,428 + e
 \end{aligned}$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Nasabah

- X_1 = Kualitas Layanan
 X_2 = Kepercayaan
 X_3 = Kepuasan
 α = Konstanta / Kemiringan Slope
 β_1, β_2 dan β_3 = Koefisien
 e = *Error Term*

Dari hasil persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan bahwa:

- a. (Nilai Konstanta) sebesar 2,061 berarti loyalitas nasabah (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), dan kepuasan (X_3) dengan kondisi tetap dan pada nilai 2,061.
- b. Nilai koefisien kualitas layanan (X_1) sebesar -0,084 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap atau konstan dan variabel kualitas layanan mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,084. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara variabel kualitas layanan dengan loyalitas nasabah di BRI KC Jember. Semakin naik variabel kualitas layanan maka semakin turun tingkat loyalitas nasabah.
- c. Nilai koefisien kepercayaan (X_2) sebesar 0,588 berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya setiap peningkatan variabel 1%, maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,588 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap atau nol (0) atau konstan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel kepercayaan maka semakin meningkat loyalitas nasabah di BRI KC Jember.

d) Nilai koefisien kepuasan (X_3) sebesar 0,428 berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya setiap peningkatan variabel 1%, maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,428 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap atau nol (0) atau konstan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel kepuasan maka semakin meningkat loyalitas nasabah di BRI KC Jember.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dengan bantuan program *SPSS Version 22* dapat dianalisis sebagai berikut:

Tabel 3.8
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.061	2.927		.704	.483
	Kualitas Layanan	-.084	.070	-.079	-1.197	.234
	Kepercayaan	.588	.119	.486	4.937	.000
	Kepuasan	.428	.122	.345	3.515	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Menurut hasil uji t (parsial) dari tabel di atas, pada variabel kualitas layanan (X_1) didapatkan nilai t_{hitung} -1,197 dengan signifikansi sebesar 0,234 dengan t_{tabel} sebesar 1,661. Karena t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} (t_{hitung} -1,197 < t_{tabel} 1,661) sedangkan tingkat signifikansi 0,234 > 0,05 maka H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. “Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah”.

Menurut hasil uji t (parsial) dari tabel di atas, pada variabel kepercayaan (X_2) didapatkan nilai t_{hitung} 4,937 dengan signifikansi sebesar 0,000 dengan t_{tabel} sebesar 1,661. Karena t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} (t_{hitung} 4,937 > t_{tabel} 1,661) sedangkan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. “Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dengan loyalitas nasabah”.

Menurut hasil uji t (parsial) dari tabel di atas, pada variabel kepuasan (X_3) didapatkan nilai t_{hitung} 3,515 dengan signifikansi sebesar 0,001 dengan t_{tabel} sebesar 1,661. Karena t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} (t_{hitung} 3,515 > t_{tabel} 1,661) sedangkan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05, maka H_a

diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. “Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas nasabah”.

b. Uji F (Simultan)

Analisis uji f pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas (kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Berikut adalah hasil pengujian secara simultan dengan bantuan program *SPSS Version 2.2*:

Tabel 3.9
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	601.660	3	200.553	46.506	.000 ^b
	Residual	396.746	92	4.312		
	Total	998.406	95			
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan (X ₃), Kualitas Layanan (X ₁), Kepercayaan (X ₂)						
Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)						

Berdasarkan uji f di atas, didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 46,506 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($46,506 > 2,31$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berbunyi bahwa ada pengaruh dari variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas

nasabah. “Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan secara bersama-sama terdapat pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 adalah koefisien determinasi yakni suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variabel dependen) dari suatu persamaan regresi.⁷⁰ R^2 merupakan fungsi yang menarik (*non decreasing function*) dari variabel-variabel bebas yang tercakup dalam persamaan regresi linier berganda. Semakin banyak variabel yang tercakup dalam model, maka menarik fungsi tersebut, artinya makin besar nilai R^2 tersebut.⁷¹ Berikut ini tabel uji koefisien dengan bantuan program *SPSS Version 22*:

Tabel 3.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.603	.590	2.077

a. Predictors: (Constant), Kepuasan (X_3), Kualitas Layanan (X_1), Kepercayaan (X_2)

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* 0,590. Hal ini menunjukkan bahwa

⁷⁰ Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran*, 178.

⁷¹ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, 131.

variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan mampu mempengaruhi loyalitas nasabah dengan nilai sebesar 0,590, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 59,0) = 41\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individu) diperoleh perbandingan yaitu $t_{hitung} -1,197$ dengan tingkat signifikansi 0,234. Karena $t_{hitung} -1,197 < t_{tabel} 1,661$ sedangkan tingkat signifikansi $0,234 > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Kesimpulan : “kualitas layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Philip Kotler mendefinisikan kualitas layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.⁷² Teori ini didukung juga oleh Kasmir yang menyatakan bahwa pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang, atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, sesama karyawan, dan juga terhadap pimpinan organisasi.⁷³ Dalam kualitas layanan terdapat beberapa indikator yaitu bukti langsung, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati.

⁷² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran edisi Bahasa Indonesia* (Jakarta: Prenhallindo, 1999), 179.

⁷³ Kasmir, *Customer Service Excellent*, (Depok:PT Raja Grafindo Persada, 2017), 47.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Azka Al Afifah dimana penelitiannya menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,440 > 1,98447$) dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$.⁷⁴

Dalam hal ini kualitas layanan yang diterapkan oleh BRI KC Jember masih belum maksimal. Hal ini dikarenakan kualitas layanan menjadi kurang dominan dalam membuat keputusan loyalitas, oleh karena itu karyawan BRI KC Jember harus benar-benar serius dan memahami apa kebutuhan nasabah, termasuk meningkatkan komunikasi yang sangat ramah dengan nasabah, layanan yang tersenyum sehingga dapat menjalin persahabatan dengan nasabah. Dengan meningkatkan salah satu cara tersebut bisa membuat nasabah merasa puas dan nyaman sehingga membuat mereka bergantung dan akan loyal.

2. Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individu) diperoleh perbandingan yaitu t_{hitung} 4,937 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya “terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember” atau dengan kata lain “variabel kepercayaan berpengaruh secara individual dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

⁷⁴ Azka Al Afifah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)”, (Skripsi:UIN Raden Fatah Palembang, 2016).

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Apabila kepercayaan tersebut ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas nasabah. Kepercayaan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari kejujuran, kepedulian, kredibilitas dan kehandalan.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian Azka Al Afifah yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,343 > 1,98447$) dengan nilai signifikansi $0,21 < 0,05$.⁷⁵

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Cristina Widya Utami dalam bukunya yang menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang dia inginkan pada diri orang lain. Kepercayaan memegang peran penting dalam jalinan hubungan jangka panjang bagi pelanggan yang memiliki orientasi hubungan tinggi terhadap perusahaan.⁷⁶

3. Pengaruh Kepuasan (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individual) diperoleh perbandingan yaitu t_{hitung} 3,515 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena t_{hitung} 3,515 > t_{tabel} 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05.

Kesimpulannya “terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan

⁷⁵ Azka Al Afifah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang”, (Skripsi: UIN Raden Fatah Palembang, 2016).

⁷⁶ Cristina Widya Utami, *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel. Modern)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 263-264.

dengan loyalitas nasabah pada BRI KC Jember” atau dengan kata lain “variabel kepuasan berpengaruh secara individual dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Apabila kepuasan tersebut ditingkatkan dengan tepat, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas nasabah. Kepuasan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari keyakinan, empati, berwujud, keandalan dan koresponsifan.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian Azka Al Afifah yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dibuktikan dengan $t_{hitung} 3,092 > t_{tabel} 1,98447$.⁷⁷

Jadi, hasil analisis di atas menunjukkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Kepuasan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari keyakinan, empati, berwujud, keandalan dan koresponsifan.

4. Pengaruh Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2) dan Kepuasan (X3) Secara Simultan

Berdasarkan perhitungan uji F dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan mempunyai pengaruh signifikan

⁷⁷ Azka Al Afifah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang”, (Skripsi:UIN Raden Fatah Palembang, 2016).

secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember. Terbukti perhitungan dari bantuan program *SPSS Version 2.2* bahwa nilai F_{hitung} sebesar 46,506 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 sedangkan F_{tabel} 2,31 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi, kesimpulannya variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa apabila variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan lebih ditingkatkan lagi dan lebih diperhatikan maka hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini mendukung penelitian Azka Al Afifah yang menyatakan bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $177,883 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KC Jember, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) Terhadap Loyalitas nasabah pada BRI KC Jember (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individu) diperoleh perbandingan yaitu $t_{hitung} -1,197$ dengan tingkat signifikansi $0,234$. Karena $t_{hitung} -1,197 < t_{tabel} 1,661$ sedangkan tingkat signifikansi $0,234 > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Kesimpulan: “kualitas layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

2. Pengaruh Kepercayaan (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BRI KC Jember (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individu) diperoleh perbandingan yaitu $t_{hitung} 4,937$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Kesimpulan: “terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember” atau dengan kata lain “variabel kepercayaan berpengaruh secara individual dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

3. Pengaruh Kepuasan (X3) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BRI KC Jember (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individual) diperoleh perbandingan yaitu t_{hitung} 3,515 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena t_{hitung} 3,515 > t_{tabel} 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05. Kesimpulan: “terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas nasabah pada BRI KC Jember” atau dengan kata lain “ variabel kepuasan berpengaruh secara individual dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

4. Hasil pengujian secara simultan (bersama-sama) dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan (X1), kepercayaan (X2) dan kepuasan (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y)

Berdasarkan perhitungan uji F dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember. Terbukti perhitungan dari bantuan program *SPSS Version 2.2* bahwa nilai F_{hitung} sebesar 46,506 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 sedangkan F_{tabel} 2,31 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi, kesimpulannya variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

B. Saran - Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah diuraikan maka saran bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Kepada perusahaan perlu memperhatikan serta mempertahankan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan juga faktor-faktor lain yang nantinya akan mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah dan berdampak positif bagi nasabah serta bagi pihak perusahaan BRI.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan untuk menulis penelitian selanjutnya, dan peneliti selanjutnya bisa menggunakan variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

DAFTAR PUSTAKA

- Aristriyono, Wardani. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Bank Rakyat Indonesia, *Annual Report 2020*.
- Firdaus, Muhammad. 2011. *Ekonometrika Suatu Pendekar Aplikatif, Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jill, Griffin. 2003. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Permatasari, Agung Ratih. 2020. *Kepercayaan Pelanggan Diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Prasetyo, Bambang. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian Pendidikan: Pendidikan, Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiranta. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarni, Murti. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*. Jember: IAIN Jember Press.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

_____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Utami, Cristina Widya. 2006. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel)*. Jakarta: Salemba Empat.

Widayat. 2013. *Metode Penelitian Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Press.

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian KTSualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT Galia.

Jurnal :

Ayu, Desak. 2017. “Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah”. Universitas Udayana, Bali : 6271-6297.

Febriana, Nina Indah. 2016. “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”. IAIN Tulungagung: 145-168.

Oktaviani, Evi. 2012. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya”. STIE Perbanas Surabaya: 171-184.

Pramana, Igi. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Veteran Denpasar Bali”. Universitas Udayana, Bali: 706-733.

Prasetyo, Bangun. 2007. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi)”.

Rastini, Ni Made. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali”. Universitas Udayana, Bali: 700-743.

Sa'diyah, Mahmudatus. 2013. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Mobile Banking Di Bank

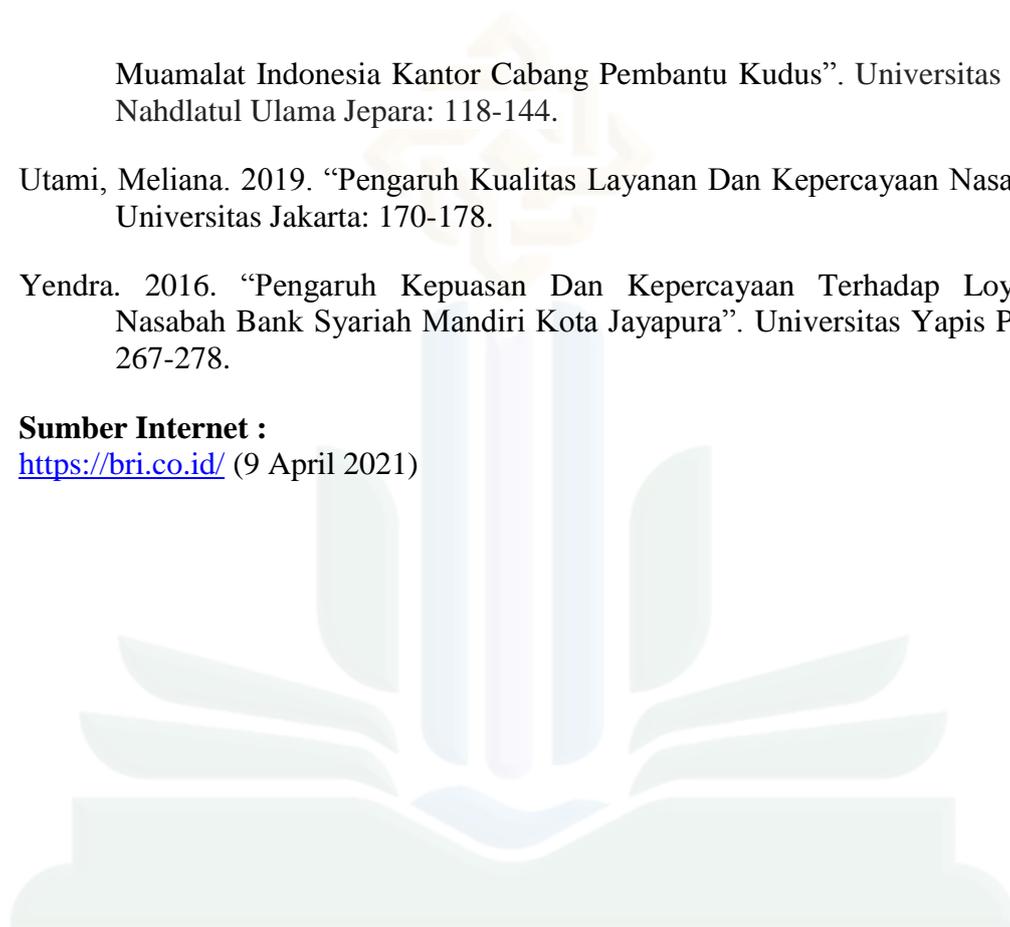
Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus”. Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara: 118-144.

Utami, Meliana. 2019. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah”. Universitas Jakarta: 170-178.

Yendra. 2016. “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Jayapura”. Universitas Yapis Papua: 267-278.

Sumber Internet :

<https://bri.co.id/> (9 April 2021)



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah	Hipotesis
Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BRI KC Jember	Kualitas Layanan (X1)	a. Kehandalan b. Ketangguhan c. Jaminan d. Empati e. Bukti langsung	1. Data primer, yaitu: a. angket 2. data sekunder, yaitu: a. dokumentasi b. Buku-buku c. internet d. dan sumber tertulis lainnya	1. peneltian pendektan kuantitatif 2. jenis penelitian analisis deskriptif 3. teknik pengambilan sampel menggunakan <i>simple random sampling</i> 4. analisis data: a. uji instrument data b. uji asumsi klasik c. analisis regresi linier berganda d. uji hipotesis 1) uji t (parsial) 2) uji f (simultan)	1. apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? 2. apakah ada pengaruh kepercayaan dengan loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? 3. apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? 4. apakah ada pengaruh secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember?	Ha: terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah. H0: tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah
	Kepercayaan (X2)	a. Kehandalan b. Kejujuran c. Kepedulian d. Kredibilitas				
	Kepuasan (X3)	a. Kehandalan b. Kereponsifan c. Empati d. Berwujud				
	Loyalitas Nasabah (Y)	a. Melakukan pembelian secara teratur b. Merekomendasikan kepada orang lain c. Menggunakan jasa lain yang ditawarkan d. Tidak terpengaruh tawaran pesaing				

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/I
Di Tempat
Dengan Hormat,

Kuesioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah di BRI KC Jember”. Sebagai salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi program S1 Prodi Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Untuk itu saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban beberapa pertanyaan pengantar berikut dengan memberikan Silang (X) salah satu jawaban yang sesuai.

1. Nama:.....
2. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia:
 - a. Dibawah 20 tahun
 - b. 20-29 tahun
 - c. 30-39 tahun
 - d. 40-49 tahun
 - e. 50 tahun ke atas
4. Pekerjaan:
 - a. PNS
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta/Pedagang
 - d. Mahasiswa/Pelajar
 - e. Lainnya

Hormat Saya,

Rizki Amalia Imelda
NIM. E20171056

Daftar Pernyataan Responden

Berilah jawaban yang sesuai dengan pernyataan berikut dengan cara memberi tanda Centang (✓) pada kolom yang tersedia:

Keterangan pilihan jawaban yang disediakan adalah sebagai berikut:

SS	Sangat Setuju
S	Setuju
RR	Ragu-ragu
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

Kualitas Layanan (X1)						
NO	ITEM PERNYATAAN	PENILAIAN				
<i>Tangible (Bukti Lapangan)</i>		SS	S	RR	TS	STS
1	Kenyamanan ruangan BRI					
2	Kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki					
<i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i>						
1	Kesigapan dan kesiapan karyawan dalam memenuhi permintaan nasabah					
2	Karyawan BRI memberikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti					
3	Melakukan transaksi di BRI sangat mudah					
<i>Empaty (Empati)</i>						
1	Kesungguhan karyawan BRI dalam memperhatikan kepentingan nasabah					

2	Perlakuan kepada seluruh nasabah sama					
Reliability (Kehandalan)						
1	Pelayanan dari karyawan yang cepat dan siap membantu					
2	Kemudahan prosedur pelayanan BRI					
Kepercayaan (X2)						
NO	ITEM PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Karyawan BRI jujur dalam bekerja					
2	BRI adalah bank yang terpercaya					
3	Menurut saya, karyawan BRI adalah orang-orang yang handal dibidangnya					
4	Menurut saya, dana simpanan saya di BRI dijamin keamanannya					
Kepuasan (X3)						
NO	ITEM PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan sistem pelayanan yang diberikan BRI					
2	Saya merasa puas dengan fasilitas yang ada di BRI					
3	Saya merasa puas dengan transaksi di BRI					
4	Karyawan BRI sangat siap dalam melayani seluruh nasabah					
Loyalitas Nasabah (Y)						
NO	ITEM PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Menginformasikan kebaikan BRI					

	Cabang Jember					
2	Nasabah BRI tidak ingin pindah ke bank yang lain					
3	BRI Cabang Jember merupakan bank terbaik dan terpercaya					
4	Merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan tabungan di BRI					



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

LAMPIRAN 1
DATA ANGKET VARIABEL X1, X2, X3 DAN VARIABEL Y

No	Kualitas Layanan (X1)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1
1	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	5	5	5	5	4	4	5	5	4	42
19	5	5	5	4	4	5	5	4	4	41
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	4	3	4	4	4	3	3	4	4	33
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
23	4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
24	4	4	4	4	5	4	4	4	5	38
25	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
26	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
27	3	4	4	3	5	3	4	3	5	34
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
29	4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
31	5	4	4	4	5	5	4	4	5	40
32	4	5	4	4	4	5	5	4	4	39
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	4	4	4	4	5	4	4	4	5	38

36	4	5	5	4	5	4	5	4	5	41
37	4	4	5	4	5	5	4	4	5	40
38	5	4	3	4	4	4	4	4	4	36
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
42	4	5	4	4	5	5	5	4	5	41
43	4	5	4	4	4	5	5	4	4	39
44	4	4	4	5	5	4	4	5	5	40
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
46	5	5	5	5	2	5	5	5	2	39
47	4	3	4	4	4	5	3	4	4	35
48	4	4	3	4	5	4	4	4	5	37
49	4	3	4	3	4	4	3	3	4	32
50	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
51	3	4	4	3	4	5	4	3	4	34
52	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
56	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
57	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
58	4	5	4	5	5	4	5	5	5	42
59	5	4	4	4	5	4	4	4	5	39
60	4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
61	4	3	4	4	4	4	3	4	4	34
62	3	4	4	3	4	4	4	3	4	33
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
64	4	5	5	5	4	5	5	5	4	42
65	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
66	4	3	3	3	5	4	3	3	5	33
67	5	4	4	4	5	4	4	4	5	39
68	5	5	5	4	3	4	5	4	3	38
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
71	4	3	4	5	4	4	3	5	4	36
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

75	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
76	4	4	5	4	5	4	4	4	5	39
77	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
78	5	3	3	3	5	3	3	3	5	33
79	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
80	4	5	4	4	5	4	5	4	5	40
81	5	4	4	5	5	5	4	5	5	42
82	3	5	4	5	5	5	5	5	5	42
83	5	3	4	4	5	4	3	4	5	37
84	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
85	4	4	5	5	4	5	4	5	4	40
86	4	4	4	5	5	3	4	5	5	39
87	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
88	4	5	4	4	5	4	5	4	5	40
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
90	4	5	4	5	4	4	5	5	4	40
91	4	5	4	5	5	4	5	5	5	42
92	5	3	5	3	5	4	3	3	5	36
93	3	5	4	5	4	5	5	5	4	40
94	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
95	3	3	4	3	5	3	3	3	5	32
96	4	5	5	4	4	4	3	4	4	37

No	Kepercayaan (X2)				
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
1	3	4	5	4	16
2	5	3	4	4	16
3	5	5	4	5	19
4	3	4	3	3	13
5	5	5	5	5	20
6	4	5	3	3	15
7	3	4	3	4	14
8	5	5	4	4	18
9	5	5	5	4	19
10	5	4	4	5	18
11	4	5	4	5	18
12	3	5	5	3	16
13	5	5	5	5	20

14	5	5	4	5	19
15	2	1	2	3	8
16	3	3	3	3	12
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	3	15
19	4	4	4	4	16
20	4	4	3	3	14
21	5	5	3	3	16
22	5	5	4	4	18
23	5	5	5	5	20
24	3	5	5	4	17
25	5	5	5	4	19
26	5	5	5	4	19
27	4	4	4	4	16
28	2	4	3	2	11
29	4	5	4	4	17
30	5	5	4	5	19
31	5	5	4	5	19
32	5	5	4	4	18
33	2	3	2	1	8
34	3	3	3	3	12
35	3	4	3	4	14
36	5	5	5	5	20
37	3	4	3	3	13
38	5	5	4	5	19
39	4	5	5	5	19
40	4	5	4	5	18
41	4	5	4	4	17
42	5	5	5	5	20
43	3	4	3	3	13
44	3	5	4	3	15
45	4	5	4	3	16
46	5	5	5	5	20
47	4	5	4	5	18
48	5	5	5	4	19
49	4	4	4	4	16
50	4	5	4	3	16
51	3	4	3	5	15
52	3	4	4	3	14

53	4	5	4	2	15
54	4	4	3	3	14
55	5	5	5	3	18
56	5	5	5	5	20
57	4	5	3	3	15
58	3	3	3	3	12
59	3	3	3	3	12
60	5	5	5	5	20
61	4	4	5	3	16
62	3	4	2	3	12
63	5	5	5	5	20
64	5	5	4	4	18
65	5	5	4	5	19
66	4	5	3	4	16
67	5	5	4	3	17
68	4	3	2	3	12
69	4	4	4	4	16
70	5	5	3	3	16
71	4	4	3	3	14
72	4	4	2	3	13
73	4	4	3	4	15
74	3	4	4	3	14
75	4	3	4	3	14
76	3	5	3	4	15
77	3	4	5	4	16
78	4	3	3	3	13
79	3	3	2	3	11
80	3	4	3	4	14
81	3	4	3	4	14
82	4	5	3	5	17
83	5	4	3	3	15
84	4	5	4	4	17
85	3	4	3	5	15
86	3	4	4	4	15
87	4	3	4	3	14
88	5	4	3	4	16
89	3	5	3	4	15
90	5	4	3	4	16
91	3	4	3	3	13

92	4	4	3	3	14
93	4	4	3	4	15
94	4	3	3	3	13
95	4	4	5	4	17
96	4	4	4	3	15

No	Kepuasan (X3)				
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
1	4	3	4	5	16
2	4	4	3	4	15
3	4	5	4	5	18
4	4	5	4	4	17
5	5	5	4	5	19
6	4	5	5	4	18
7	3	3	4	4	14
8	4	4	5	4	17
9	5	4	4	5	18
10	5	5	3	5	18
11	5	5	4	4	18
12	3	3	3	4	13
13	5	5	5	5	20
14	4	5	4	5	18
15	2	2	3	3	10
16	3	3	4	4	14
17	4	5	4	4	17
18	4	4	3	3	14
19	4	4	4	4	16
20	4	4	2	4	14
21	4	4	3	4	15
22	4	5	4	5	18
23	5	5	5	5	20
24	5	4	4	5	18
25	5	5	5	5	20
26	5	4	5	5	19
27	4	4	4	4	16
28	2	2	5	2	11
29	5	5	5	5	20
30	5	4	5	5	19

31	4	5	3	5	17
32	5	5	4	5	19
33	3	2	1	3	9
34	3	4	3	4	14
35	3	4	4	4	15
36	4	4	1	5	14
37	4	5	3	4	16
38	4	5	5	5	19
39	5	5	3	5	18
40	4	5	4	5	18
41	4	5	4	4	17
42	4	4	3	3	14
43	3	3	3	3	12
44	4	4	3	4	15
45	4	5	3	4	16
46	4	4	3	5	16
47	5	4	5	5	19
48	5	4	5	4	18
49	4	4	4	4	16
50	4	4	3	4	15
51	4	3	5	4	16
52	4	4	3	4	15
53	4	4	4	4	16
54	4	3	3	3	13
55	5	5	3	5	18
56	5	5	1	5	16
57	5	5	3	5	18
58	3	3	3	3	12
59	1	3	1	2	7
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16
62	4	4	2	5	15
63	5	5	5	5	20
64	3	4	2	4	13
65	4	5	3	5	17
66	4	5	3	4	16
67	4	4	3	3	14
68	4	4	2	3	13
69	3	3	3	4	13

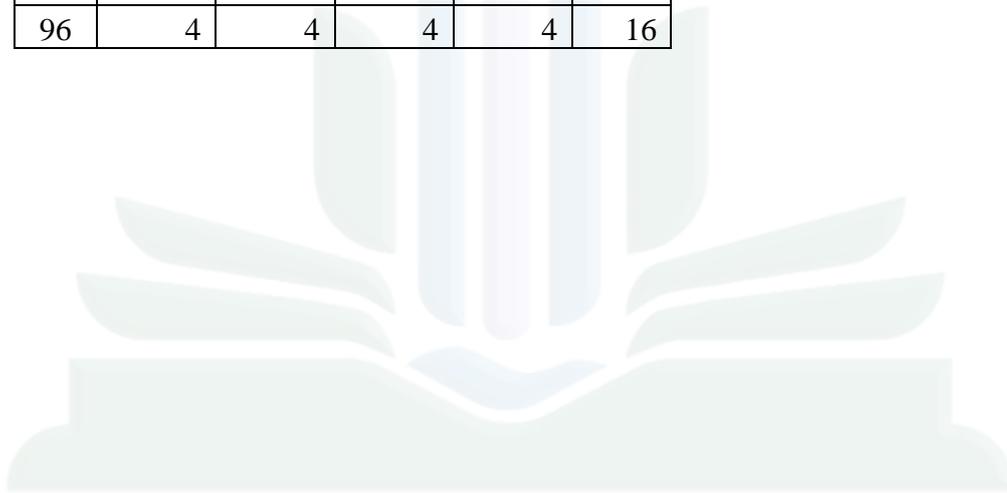
70	3	3	3	3	12
71	4	4	2	4	14
72	4	4	2	3	13
73	4	4	3	4	15
74	3	4	2	4	13
75	4	4	3	4	15
76	3	4	3	4	14
77	4	3	2	3	12
78	3	3	3	3	12
79	3	4	2	3	12
80	4	4	3	4	15
81	3	4	2	4	13
82	3	4	3	4	14
83	4	3	2	4	13
84	3	4	3	4	14
85	3	4	3	5	15
86	4	4	2	3	13
87	4	4	3	4	15
88	3	4	4	4	15
89	4	5	3	4	16
90	3	4	3	5	15
91	4	4	2	4	14
92	4	4	3	4	15
93	4	3	3	4	14
94	3	3	2	3	11
95	4	4	4	4	16
96	4	4	3	4	15

No	Loyalitas Nasabah (Y)				
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
1	4	4	4	4	16
2	5	5	5	4	19
3	5	5	5	4	19
4	4	4	3	4	15
5	4	4	4	5	17
6	5	4	4	4	17
7	3	3	3	3	12
8	4	4	4	4	16

9	4	4	3	3	14
10	4	5	5	5	19
11	5	4	4	5	18
12	3	4	3	3	13
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	3	4	3	3	13
16	2	3	2	2	9
17	4	4	4	4	16
18	2	2	2	2	8
19	4	4	4	4	16
20	4	4	3	3	14
21	3	4	2	2	11
22	4	4	4	4	16
23	5	5	5	5	20
24	3	4	4	4	15
25	5	4	5	4	18
26	4	4	4	4	16
27	3	4	4	4	15
28	1	2	2	1	6
29	4	5	4	5	18
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20
33	1	1	1	1	4
34	3	4	4	3	14
35	4	4	3	3	14
36	3	5	4	4	16
37	4	4	3	4	15
38	5	5	4	4	18
39	5	5	4	4	18
40	4	5	4	4	17
41	5	4	4	4	17
42	4	5	4	4	17
43	3	2	3	3	11
44	2	3	2	4	11
45	3	3	3	4	13
46	4	3	3	5	15
47	5	4	5	5	19

48	4	4	5	4	17
49	4	4	4	4	16
50	2	3	2	2	9
51	2	2	2	2	8
52	3	3	4	4	14
53	3	3	3	3	12
54	2	3	3	3	11
55	4	5	3	4	16
56	5	5	5	5	20
57	2	4	3	3	12
58	3	3	4	3	13
59	2	2	2	4	10
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16
62	3	3	2	3	11
63	5	5	5	5	20
64	4	4	5	4	17
65	4	5	4	5	18
66	4	4	5	4	17
67	4	3	3	3	13
68	3	2	2	3	10
69	3	3	4	4	14
70	2	3	3	3	11
71	4	4	4	3	15
72	3	4	4	3	14
73	4	4	3	4	15
74	4	3	3	4	14
75	4	4	3	3	14
76	3	3	4	4	14
77	3	4	4	3	14
78	3	3	4	4	14
79	3	3	4	4	14
80	4	3	3	3	13
81	3	4	4	3	14
82	4	3	4	4	15
83	3	3	4	4	14
84	3	3	4	4	14
85	3	3	4	4	14
86	4	3	3	4	14

87	3	3	4	4	14
88	3	4	4	3	14
89	3	4	4	4	15
90	4	4	4	4	16
91	3	3	3	3	12
92	3	3	4	4	14
93	3	3	3	3	12
94	3	3	3	4	13
95	4	5	4	4	17
96	4	4	4	4	16



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

LAMPIRAN 2

1. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data Variabel X1, X2, X3 dan Y)

a. Kualitas Layanan (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	Pearson Correlation	1	.068	.274**	.277**	.131
	Sig. (2-tailed)		.513	.007	.006	.202
	N	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.068	1	.405**	.539**	-.026
	Sig. (2-tailed)	.513		.000	.000	.804
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.274**	.405**	1	.382**	-.007
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.000	.948
	N	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.277**	.539**	.382**	1	.084
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.415
	N	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.131	-.026	-.007	.084	1
	Sig. (2-tailed)	.202	.804	.948	.415	
	N	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.186	.437**	.379*	.440**	.010
	Sig. (2-tailed)	.070	.000	.000	.000	.926
	N	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	.075	.943**	.340**	.543**	-.005
	Sig. (2-tailed)	.469	.000	.001	.000	.960
	N	96	96	96	96	96
X1.8	Pearson Correlation	.277**	.539**	.382**	1.000**	.084
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.415
	N	96	96	96	96	96
X1.9	Pearson Correlation	.131	-.026	-.007	.084	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.202	.804	.948	.415	.000
	N	96	96	96	96	96
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.418**	.729**	.556**	.799**	.409**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96

		Correlations				
		X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Kualitas Layanan
X1.1	Pearson Correlation	.186	.075	.277**	.131	.418**
	Sig. (2-tailed)	.070	.469	.006	.202	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.437**	.943**	.539**	-.026	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.804	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.379*	.340**	.382**	-.007	.556**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.948	.000
	N	96	96	96	96	96

X1.4	Pearson Correlation	.440**	.543**	1.000**	.084	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.415	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.010	-.005	.084	1.000**	.409**
	Sig. (2-tailed)	.926	.960	.415	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	1	.450**	.440**	.010	.614**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.926	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	.450**	1	.543**	-.005	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.960	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.8	Pearson Correlation	.440**	.543**	1	.084	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.415	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.9	Pearson Correlation	.010	-.005	.084	1	.409**
	Sig. (2-tailed)	.926	.960	.415		.000
	N	96	96	96	96	96
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.614**	.732**	.799**	.409**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	9

b. Kepercayaan (X2)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Kepercayaan
x2.1	Pearson Correlation	1	.538**	.491**	.492**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
x2.2	Pearson Correlation	.538**	1	.546**	.479**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000

	N	96	96	96	96	96
x2.3	Pearson Correlation	.491**	.546**	1	.490**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
x2.4	Pearson Correlation	.492**	.479**	.490**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Kepercayaan	Pearson Correlation	.796**	.795**	.801**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	4

c. Kepuasan (X3)

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	Kepuasan
x3.1	Pearson Correlation	1	.640**	.399**	.645**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
x3.2	Pearson Correlation	.640**	1	.285**	.639**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.000	.000

	N	96	96	96	96	96
x3.3	Pearson Correlation	.399**	.285**	1	.382**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
x3.4	Pearson Correlation	.645**	.639**	.382**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Kepuasan	Pearson Correlation	.832**	.784**	.712**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	4

d. Loyalitas Nasabah (Y)

Correlations

		y.1	y.2	y.3	y.4	Loyalitas Nasabah
y.1	Pearson Correlation	1	.745**	.715**	.724**	.905**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y.2	Pearson Correlation	.745**	1	.701**	.614**	.866**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y.3	Pearson Correlation	.715**	.701**	1	.743**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y.4	Pearson Correlation	.724**	.614**	.743**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	.905**	.866**	.894**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability Statistics

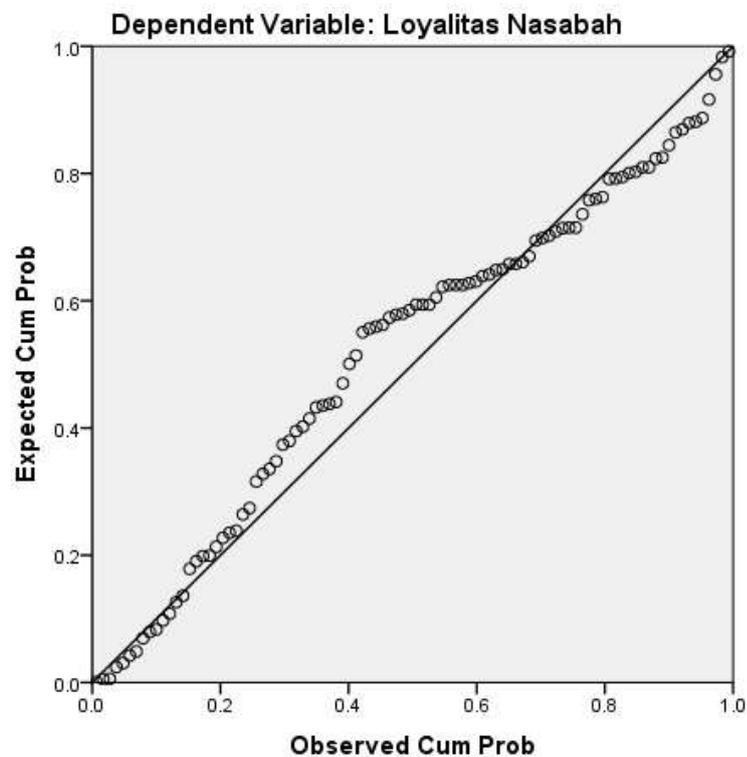
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	5

2. Hasil Output SPSS (Uji Normalitas)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



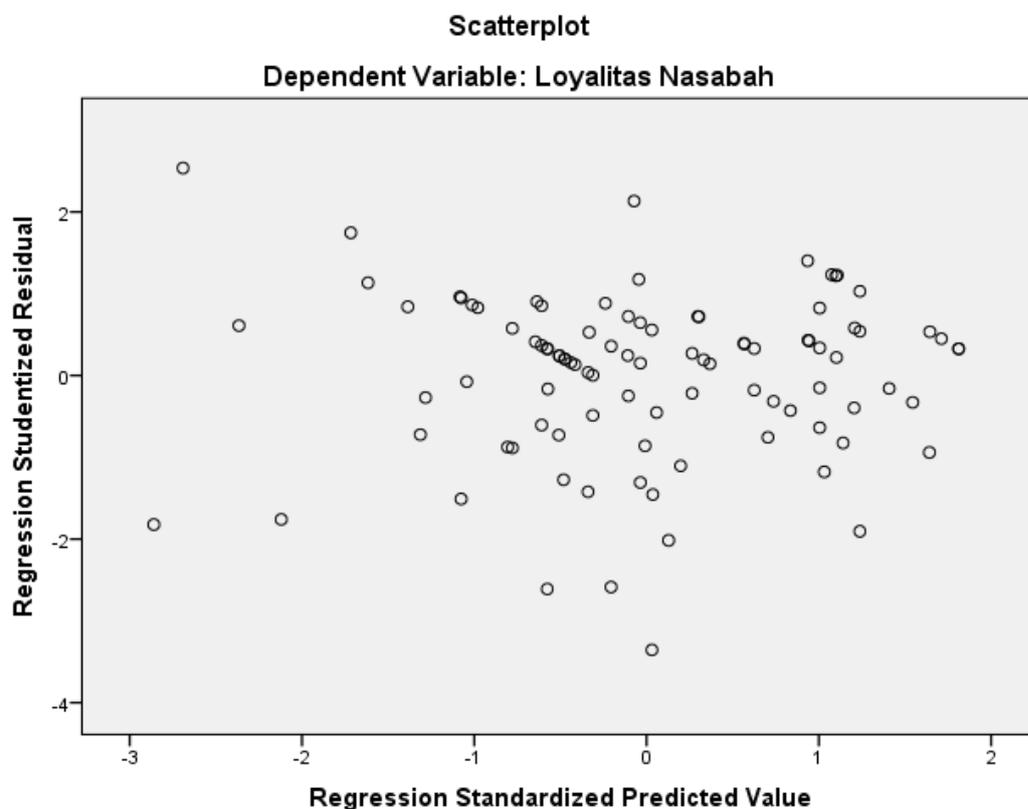
3. Hasil Output SPSS (Uji Multikolinieritas)

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	.988	1.012
	Kepercayaan	.446	2.244
	Kepuasan	.449	2.228

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

4. Hasil Output SPSS (Uji Heteroskedastisitas)



5. Hasil Output SPSS (Regresi Linier Berganda)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.061	2.927		.704	.483
	Kualitas Layanan	-.084	.070	-.079	-1.197	.234
	Kepercayaan	.588	.119	.486	4.937	.000
	Kepuasan	.428	.122	.345	3.515	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

6. Hasil Output SPSS (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.061	2.927		.704	.483
	Kualitas Layanan	-.084	.070	-.079	-1.197	.234
	Kepercayaan	.588	.119	.486	4.937	.000
	Kepuasan	.428	.122	.345	3.515	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

7. Hasil Output SPSS (Uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	601.660	3	200.553	46.506	.000 ^b
	Residual	396.746	92	4.312		
	Total	998.406	95			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas Layanan, Kepercayaan

8. Hasil Output SPSS (Uji R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.603	.590	2.077

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas Layanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Amalia Imelda

NIM : E20171056

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BRI KC Jember”** adalah benar-benarnya hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali bagian-bagian yang ada sumbernya.

Jember, 01 November 2021
Saya yang menyatakan


Rizki Amalia Imelda
E20171056

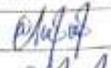
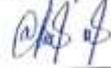
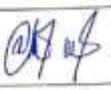
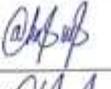
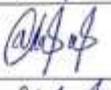
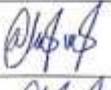
KH

JEMBER

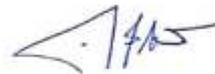
Q

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi penelitian: Jalan Jendral Ahmad Yani No. 1, Kp. Using, Jemberlor, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember.

No	Hari/Tanggal	Jadwal Kegiatan	Tanda Tangan
1	Kamis/15 April 2021	Menyerahkan surat izin penelitian	
2	Rabu/ 5 Mei 2021	Menindak lanjuti surat izin penelitian (ACC surat izin penelitian)	
3	Kamis/17 Juni 2021	Wawancara terkait sejarah, struktur, visi dan misi BRI KC Jember, sekaligus meminta izin untuk penyebaran kuesioner.	
4	Senin/ 21 Juni 2021	Menyebarkan kuesioner kepada nasabah BRI	
5	Selasa/ 22 Juni 2021	Menyebarkan kuesioner kepada nasabah BRI	
6	Rabu/ 23 Juni 2021	Menyebarkan kuesioner kepada nasabah BRI	
7	Kamis/ 24 Juni 2021	Menyebarkan kuesioner kepada nasabah BRI	
8	Senin/ 5 Juli 2021	Meminta surat izin selesai penelitian kepada SDM BRI KC Jember	

Jember, 23 Juli 2021



Mulikati
Manajer Operasional Layanan

KH
JEMBER
Q



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

Nomor : B- 168 /In.20/7.a/PP.00.9/04/2021
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Bank BRI KC Jember

di-

TEMPAT

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Pimpinan Bank BRI KC Jember untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Rizki Amalia Imelda
NIM : E20171056
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
No Telpn : 0895619425462
Dosen Pembimbing : Nurul Setianingrum,SE,MM
NIP : 196905231998032001
Judul Penelitian : "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Kasus PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember)"

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 9 April 2021

a.n. Dekan,
Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

NIP. 1968031999031002



PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk
KANTOR CABANG JEMBER
 Jalan A. Yani No. 1 Jember ☎(0331) 483258 Facs. 486484

Nomer : B.2050/KC-XVI/SDM/08/2021
 Lamp : -
 Perihal : *Keterangan Selesai Penelitian*

Jember, 2 Agustus 2021

Kepada Yth:
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 IAIN Jember
 Di
Jember

Sehubungan dengan telah selesainya Penelitian di Kanca BRI Jember, maka dengan ini kami menerangkan bahwa:

Nama/NIM : Rizki Amalia Imelda / E20171056
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam
 Judul Penelitian : "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BRI KC JEMBER"

Lokasi : PT.BRI (Persero) Tbk. Cabang Jember
 Lama Penelitian : 8 Hari

Bahwasannya yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Perusahaan Kami dengan baik selama 8 hari (Sesuai Jurnal penelitian terlampir).

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero)
KANTOR CABANG JEMBER /

MULIKATI
 Manajer Operasional Layanan

DOKUMENTASI



BIODATA PENULIS



DATA PRIBADI

Nama : Rizki Amalia Imelda
TTL : Jember, 23 September 1998
Alamat : Jalan Manggar Lingk. Puring RT 03 RW 01, Desa Slawu,
Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Handphone : 0895619425462
Email : rizkiamaliaimelda0@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN Gebang 03
2. SMPN 7 Jember
3. SMKN 1 Jember
4. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmas Siddiq Jember

PENGALAMAN ORGANISASI

1. Anggota OSIS SMPN 7 Jember
2. Anggota OSIS SMKN 1 Jember
3. PMII Komisariat IAIN Jember
4. Anggota SEMA FEBI IAIN Jember

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA BRI KC JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Rizki Amalia Imelda
NIM: E20171056

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2021**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA BRI KC JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Rizki Amalia Imelda
NIM: E20171056

Disetujui Pembimbing:



Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE,MM
NIP. 196905231998032001

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA BRI KC JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

**Hari: Kamis
Tanggal: 30 Desember 2021**

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I.
NIP. 197608122008011015

Rini Puji Astuti, S.Kom, M.Si
NUP: 201708174

Anggota:

1. **Dr. Moh Chotib S.Ag M.M** ()
2. **Dr. Hj Nurul Setianingrum, S.E.,M.M** ()

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 19650807 200003 1 00 1

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
تُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal. (Q.S Ali ‘Imran: 159)¹

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemah*, (Banjarsari Solo, 2014), Q.S Ali ‘Imran: 159.

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas rahmat yang telah dianugerahkan oleh Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu tercinta, Almarhum Ayah Suhadi Purnomo dan Ibu Lilik Handayani. Terimakasih atas kasih sayang yang begitu tulus, nasehat dan motivasi, serta doa yang tiada hentinya dipanjatkan untukku. Terimakasih sudah menjadi bagian terpenting dalam perjalanan hidup ini, pengalaman hidup yang menginspirasi diri yang lemah untuk menjadi orang yang sukses dimasa yang akan datang. Mungkin hanya tugas akhir skripsi ini yang saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu tercinta, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Kakakku dan Adikku, Kakak Riska Ayu Puji dan Adikku Syafrilla Nur Zahra yang saya sayangi. Terimakasih sudah menjadi saudara yang menyayangiku dan selalu mendukung setiap langkahku.
3. Keluarga besarku yang saya sayangi, semoga kelak saya dapat membahagiakan dan membuat bangga kalian.
4. Kepada Robiq yang membantu dan menemani saya dari awal hingga selesainya skripsi ini, dan kepada teman saya Jamila, Happiness Troop, Keluarga Besar Perubahan dan juga Perbankan Syariah 2.
5. Kepada sahabat-sahabati PMII Rayon Febi 2017.
6. Kepada pengurus Rayon Febi tahun 2019-2020.
7. Kepada pengurus Komisariat IAIN Jember tahun 2020-2021.
8. Kepada teman-teman Dewan Eksekutif Mahasiswa Institut DEMA-I (2020-2021).
9. Almamater yang aku banggakan Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan nikmat yang sangat besar berupa kesehatan, kekuatan hati dan pikiran kepada penulis sehingga penulis skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW teladan bagi umat islam yang mengangkat kita dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiyah.

Skripsi ini berjudul “Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KC Jember”, skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Babun Suharto, S.E., MM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M,Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus Dosen Penasehat Akademik.
3. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., MM, selaku Dosen Pembimbing dalam penyelesaian karya tulis ini yang bersedia mengarahkan, membimbing dan memotivasi penulis sejak awal hingga skripsi ini bisa

terselesaikan dengan baik sekaligus selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Semua Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan do'a kepada penulis sehingga penulis bisa sampai pada saat ini.
5. Seluruh staff dan semua karyawan BRI KC Jember yang telah bersedia memperkenankan penulis melaksanakan penelitian di Kantor BRI dan memberikan ilmu pengetahuan terkait hal-hal kelayalitan nasabah.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak, semoga kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan mendapat balasan pahala dari Allah SWT yang dapat menjadi amal perbuatan dan semoga bermanfaat untuk kita semua di dunia maupun di akhirat. Amin.

Jember, 7 Juli 2021

Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRAK

Rizki Amalia Imelda, Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE, MM. 2021, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KC Jember.

Kata Kunci: kualitas layanan, kepercayaan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah penting bagi perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup dalam usahanya tersebut, karena loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis. Dengan mendapatkan nasabah yang loyal mampu membuat peluang yang besar bagi bank untuk memperluas jaringan pemasaran dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: (1) Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? (2) Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? (3) Apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? (4) Apakah ada pengaruh secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah?.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan metode penarikan *simple random sampling*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah sebab mempunyai nilai signifikansi $>0,05$ yaitu 0,234, sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebab mempunyai nilai signifikansi $<0,05$ yaitu 0,000 dan variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebab mempunyai nilai signifikansi $<0,05$ yaitu 0,001. Secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah sebab mempunyai nilai signifikansi $<0,05$ yaitu 0,000.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRACT

Rizki Amalia Imelda, Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE, MM. 2021, The Effect of Service Quality, Trust and Satisfaction on Customer Loyalty at BRI KC Jember.

Keywords: service quality, trust satisfaction and customer loyalty.

Customer loyalty is important for a companies to ensure the survival of a business because the loyalty of customers is the top achievement for businessman. Getting the loyal customers is able to create great opportunities for banks to explain their marketing network and maintain the viability of the company. This study is intended to determine how the influence of service quality impacts the trust and satisfaction of customer loyalty.

The formulations of the problem in this study: (1) Is there an effect of service quality on customer loyalty at BRI KC Jember? (2) Is there any influence of trust on customer loyalty at BRI KC Jember? (3) Is there an effect of satisfaction on customer loyalty at BRI KC Jember? (4) Is there a simultaneous influence of service quality, trust and satisfaction on customer loyalty?.

This research uses quantitative method by descriptive reseach type. The sampling method used in this reseach is probability sampling by the type of simple random sampling.

Based on the data, this research found that variable quality has a significant but not significant effect on customer loyalty because it has a significance value of > 0.05 , which is 0.234, while the trust variable has a significant effect on customer loyalty because it has a significance value of <0.05 , which is 0.000 and the satisfaction variable has a significant effect on customer loyalty because it has a significance value of <0.05 , which is 0.001. Simultaneously service quality, trust and satisfaction have a joint effect on customer loyalty because it has a significance value of <0.05 , which is 0.000.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Ruang Lingkup Penelitian	7
1. Variabel penelitian	7
2. Indikator penelitian	8
F. Definisi operasional	9
G. Asumsi Penelitian	10
H. Hipotesisi	11

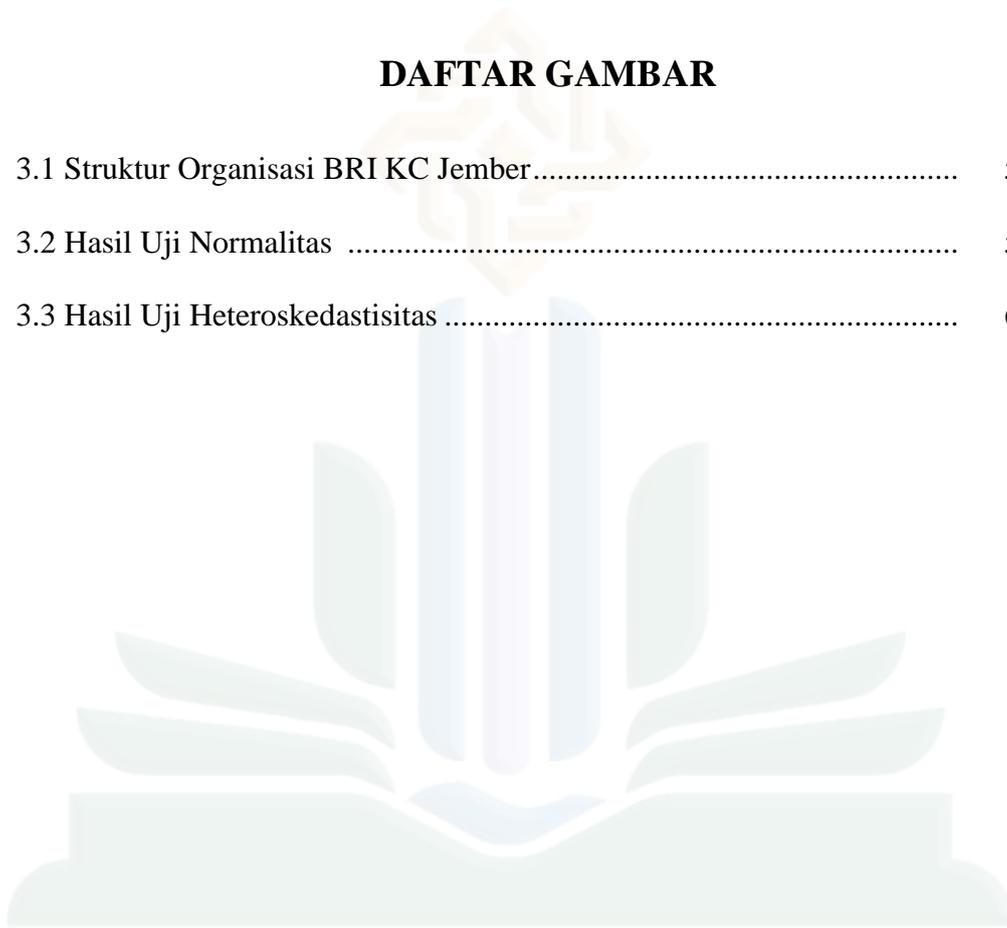
I. Metode penelitian	12
1. Pendekatan dan jenis penelitian	12
2. Populasi dan sampel.....	13
3. Teknik dan instrumen pengumpulan data	15
4. Analisis data.....	17
J. Sistematika pembahasan	26
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	27
A. Penelitian Terdahulu	27
B. Kajian teori	40
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	50
A. Gambaran objek dan penelitian.....	50
B. Penyajian Data	54
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	56
D. Pembahasan.....	68
BAB IV PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran – saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

1.1 Penghargaan Yang Diraih Oleh BRI 2017-2020	4
1.2 Proyeksi Pertumbuhan Jumlah Nasabah Pada Tahun 2020	
Beberapa Bank Umum Di Kabupaten Jember	4
1.3 Proyeksi Pertumbuhan Jumlah Nasabah Pada BRI KC Jember	
Dari Tahun 2016-2020	5
1.4 Skala Likert	16
2.1 Penelitian Terdahulu	36
3.1 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
3.2 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia	55
3.3 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
3.4 Hasil Uji Validitas.....	57
3.5 Hasil Uji Reabilitas	58
3.6 Hasil Uji Multikolonieritas	60
3.7 Hasil Uji Regresi Liner Berganda	62
3.8 Hasil Uji t (Parsial).....	64
3.9 Hasil Uji F (Simultan).....	66
3.10 Hasil Uji Determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

3.1 Struktur Organisasi BRI KC Jember.....	53
3.2 Hasil Uji Normalitas	59
3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia perkembangan dunia perbankan kini sangat pesat dinamis dan modern, baik dari segi ragam produk perbankannya serta kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki saat ini. Perbankan juga semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu Negara, tidak hanya di Negara maju tetapi juga di Negara berkembang.

Persaingan yang sangat ketat antar bank, terjadi juga perubahan dalam bisnis perbankan. Perubahan ini disebabkan karena adanya perubahan permintaan pelayanan dari nasabah, perubahan teknologi, dan adanya pesaing, baik dari bank maupun dari perusahaan keuangan non bank lainnya yang mengharuskan bank mengembangkan strategi pertahanan untuk menghindari kehilangan nasabahnya.

Nasabah mempunyai kriteria sendiri dalam memilih jasa perbankan untuk menyimpan dananya, adapun nasabah yang mengharapkan tingkat bunga yang tinggi pada produk tabungannya serta adanya jaminan keamanannya saat menyimpan dananya, ada pula nasabah yang menginginkan pelayanan yang cepat, mudah dalam pembukaan rekening dan mudah untuk diakses kapanpun nasabah perlukan. Banyaknya keinginan yang berbeda-beda dari nasabah, maka pihak manajemen bank perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, agar mampu menciptakan rasa puas dibenak nasabah.²

² Desak Ayu, "Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah", *Manajemen Unud*, Vol. 6 No. 11, (2017), 6272.

Nasabah puas maka nasabah akan loyal dalam membeli produk. Oleh karena itu, bank harus mengutamakan kualitas pelayanannya agar dapat terus bertahan dalam bisnisnya. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada kepuasan nasabah dan dampaknya juga akan berpengaruh pada kepercayaan nasabah dan kemudian terdorong untuk menimbulkan loyalitas nasabah yang akan menguntungkan bagi bank itu sendiri.

Kepercayaan menjadi hal yang penting bagi perbankan untuk menjalin hubungan dengan nasabah, karena nasabah tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa adanya kepercayaan. Kepercayaan tergantung pada faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan dari perusahaan. Perusahaan yang memiliki kredibilitas yang baik dalam menjalankan sebuah organisasi selalu mengingat dan meningkatkan kepentingan terbaik para anggotanya dan mudah untuk bekerja sama dengan anggotanya sehingga timbul rasa kepercayaan pada suatu perusahaan atau perbankan.³

Kepuasan nasabah dapat diukur dengan seberapa besar harapan terhadap produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan aktual. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk membeli atau memakai ulang produk atau jasa. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan membeli atau memakai yang sama dikemudian hari. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen.⁴

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid I dan II*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), 36.

⁴ Sopiah dan Sangadji, *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013), 181.

Kepuasan dari nasabah dibentuk, tugas dari pihak bank adalah membentuk loyalitas, dimana loyalitas nasabah secara tidak langsung muncul ketika kualitas layanan sesuai dengan harapan. Loyalitas nasabah ialah suatu usaha nasabah untuk terus menggunakan produk atau jasa dengan kesadaran, kesan dari kualitas yang diterima, serta kebanggaan menggunakan produk atau jasa yang diberikan untuk tetap melakukan pembelian ulang. Sikap loyal nasabah dapat meningkat, dengan cara pihak bank harus mampu mempertahankan kepuasan yang dirasakan nasabah dalam jangka panjang. Cara untuk tetap mempertahankan kepuasan dengan menambah nilai pelanggan untuk mendapatkan apa yang dibayar lebih dari yang diharapkan, dengan begitu nasabah dapat bertahan, melakukan pembelian ulang.⁵

Alasan peneliti memilih Bank BRI yaitu karena BRI telah memperoleh penghargaan dibidang kualitas layanan dan *contact center*. Pertama, peringkat tiga dari tujuh bank untuk *Customer Loyalty index (CLI)*. Kedua, peringkat tiga dari tujuh bank untuk *Satisfaction, Loyalty, and Engagement Index (SLE Index)*. Ketiga, peringkat pertama dalam kategori *Brand Usage* (bank yang paling banyak dikunjungi) untuk nasabah yang melakukan transaksi transfer dana di kantor cabang BRI. Keempat, peringkat dua dalam kategori *Brand Usage* (bank yang paling banyak dikunjungi) untuk nasabah yang melakukan transaksi setor-tarik tunai di kantor cabang BRI. Kelima, peringkat dua untuk *Customer Experience Service Quality Index*.⁶ Sederet penghargaan lainnya yang pernah diraih BRI adalah sebagai berikut:

⁵ Desak Ayu, "Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah", 6274.

⁶ Bank Rakyat Indonesia, *Annual Report 2020*, 178.

Tabel 1.1
Penghargaan Yang Diraih Oleh BRI 2017-2020

No	Periode	Penghargaan yang diraih
1.	7 September 2017	<i>Brand Asia 2017</i>
1.	19 Oktober 2017	<i>Best of the Best Award 2017</i>
2.	14 Desember 2017	BUMN Terbaik 2017
3.	30 Agustus 2018	<i>The Best Frictionless Customer Relationship Management: SABRINA</i>
4.	26 September 2018	<i>The Best Bank In Digital Service</i>
5.	28 Maret 2019	<i>Best Social Media</i>
6.	28 Juni 2019	Kredit Bank UMKM Terbaik
7.	30 Oktober 2019	<i>Best of the Best Company 2019</i>
8.	25 Mei 2020	Bank Dengan Merek Paling Bernilai di Indonesia
9.	30 Juli 2020	Top 1000 World Banks: BRI ranked 1 st in Indonesia
10.	25 Agustus 2020	<i>Best of the Best Company</i>

Sumber: *Annual Report 2017-2020*

Pertumbuhan nasabah di BRI memang sangat signifikan jika dibandingkan dengan bank umum lainnya. Hal ini bisa dilihat dari data berikut:

Tabel 1.2
Proyeksi Pertumbuhan Jumlah Nasabah Pada Tahun 2020
Beberapa Bank Umum Di Kabupaten Jember

Nama Bank	Tahun	Persentase
BRI	2020	30,89%
Mandiri	2020	30,28 %
BCA	2020	21,3 %
BNI	2020	14,3 %
BTN	2020	12,9 %

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah nasabah pada tahun 2020 antara kelima Bank Umum yang ada di Kabupaten Jember menunjukkan bahwa Bank BRI mengalami peningkatan pertumbuhan

nasabah yang paling banyak diantara kelima Bank Umum di Kabupaten Jember.

Pertumbuhan jumlah nasabah pada BRI KC Jember dari tahun 2016-2020 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Proyeksi Pertumbuhan Jumlah Nasabah Pada BRI KC Jember
Dari Tahun 2016-2020

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2016	8.656 nasabah
2	2017	8.851 nasabah
3	2018	9.113 nasabah
4	2019	9.651 nasabah
5	2020	13.966 nasabah

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2020 BRI KC Jember mengalami kenaikan nasabah yang cukup baik. Jumlah nasabah dari tahun ke tahun pada BRI KC Jember selalu mengalami peningkatan.

Berdasarkan fenomena diatas, maka hal ini peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BRI KC JEMBER”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember?
2. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember?
3. Apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember?

4. Apakah ada pengaruh secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.
4. Untuk mengetahui mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus obyektif dan realistis.⁷

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi dan kontribusi bagi kalangan intelektual, mahasiswa, praktisi, akademisi institut dan masyarakat umum yang ingin mengetahui lebih jauh tentang pengaruh

⁷ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 61.

kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Manfaat untuk peneliti sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar S1, juga untuk menambah wawasan pengetahuan dalam bidang perbankan.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat memberikan sebuah wawasan tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

c. Bagi Masyarakat

Memberikan pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat variabel terikat yang meliputi:

a. Variabel Independen (variabel bebas)

- 1) Kualitas layanan (X1)
- 2) Kepercayaan (X2)
- 3) Kepuasan (X3)

b. Variabel Dependen (variabel terikat)

1) Loyalitas nasabah (Y)

2. Indikator Variabel

a. Indikator dari variabel independen (variabel bebas)

1) Indikator dari variabel kualitas pelayanan yaitu:

- a) Bukti lnsung (*Tangible*)
- b) Keandalan (*Reliability*)
- c) Ketanggapan (*Responsiveness*)
- d) Jaminan dan kepastian
- e) Empati (*Empaty*)⁸

2) Indikator dari variabel kepercayaan yaitu:

- a) Keandalan
- b) Kejujuran
- c) Kepedulian
- d) Kredibilitas⁹

3) Indikator dari variabel kepuasan yaitu:

- a) Keandalan
- b) Kereponsifan
- c) Keyakinan
- d) Empati
- e) Berwujud¹⁰

⁸ Igi Pramana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Veteran Denpasar Bali", *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5 No.1, (2016), 15.

⁹ Fandy Tjiptno, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andhi Publisher, 2008), 43.

b. Indikator dari variabel dependen (variabel terikat)

Indikator dari variabel loyalitas nasabah yaitu:

- a) Melakukan pembelian secara teratur
- b) Merekomendasikan kepada orang lain
- c) Menggunakan jasa lain yang ditawarkan
- d) Tidak terpengaruh tawaran pesaing¹¹

F. Definisi Operasional

1. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan.¹²

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan mungkin didasarkan pada pengetahuan dan opini. Kepercayaan merupakan tingkat kepastian konsumen ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dari pelaku pasar dan teman-temannya. Kepercayaan bisa mendorong maksud

¹⁰ Ibid., 44.

¹¹ Griffin Jill, *Customer Loyalty*, (Jakarta:Erlangga, 2003), 54.

¹² J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 228.

untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan.¹³

3. Kepuasan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima sesuai yang diharapkan.¹⁴

4. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank. Mempertahankan loyalitas nasabah merupakan cara yang lebih efisien daripada bank harus mencari nasabah baru.¹⁵

G. Asumsi Penelitian

Variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan. Ketiga variabel tersebut digunakan untuk bisa dilihat pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember. Kualitas layanan yang dimaksud disini adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah atau pelanggan. Kepercayaan yang dimaksud disini adalah tingkat kepastian konsumen ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dari pelaku pasar dan

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), 180.

¹⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 192.

¹⁵ Evi Oktaviani, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Surabaya", *Jurnal of Business and Banking*, Vol. 2 No. 2, (November 2012), 173.

teman-temannya. Kepuasan yang dimaksud disini adalah persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya.

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum tentu jawaban empirik.

Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif, tidak dirumuskan hipotesis, tetapi justru diharapkan dapat ditemukan hipotesis, tersebut akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.¹⁶

Adapun hipotesis dalam penelitian adalah:

1. H₀: tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.
Ha: terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.
2. H₀: tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 63.

Ha: terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

3. H₀: tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

Ha: terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

4. H₀: tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

Ha: terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandas pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sementara jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Metode analisis deskriptif merupakan cara menafsirkan data yang ada sehingga peneliti fokus terhadap gambaran yang membahas

faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember yang mana ruang lingkungannya dibatasi pada kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.¹⁷

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek.¹⁸

Adapun populasi pada penelitian ini adalah para nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik *sampling* berupa *probability sampling*, yang merupakan metode *sampling* dimana setiap anggota populasinya memiliki peluang yang

¹⁷ Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan: Pendidikan, Kuantitatif, Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 11.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 80.

sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.¹⁹

Kemudian jenis *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* (sampel random sederhana) yakni pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Teknik ini dipilih dengan tujuan sampel yang diambil dapat mewakili karakteristik populasi yang diinginkan.²⁰

Menurut Widiyanto untuk ukuran populasi dalam penelitian yang tidak dapat diketahui dengan pasti jumlahnya, maka besar sampel yang digunakan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut²¹:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel

Z: Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%.

Pada penentuan ini *Z* pada $\alpha = 0,5$ adalah 1,96.

¹⁹ Ibid., 82.

²⁰ Ibid., 82.

²¹ Bangun Prasetyo, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi)”, (November 2007), 7.

Moe: Margin of error, yaitu tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi, ditetapkan sebesar 10%.

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 96 responden. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standard untuk memperoleh data yang diperlukan. Bila dilihat teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan, kuesioner (angket). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

a. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²²

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan untuk dikembangkan dari indikator dalam kusioner penelitian. Untuk pemberian skor pada angket dalam penelitian ini menggunakan *skala likert* yaitu skala yang digunakan menggunakan sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif

²² Muri Yusuf, *Metode Penelitian KTSualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: PT Galia, 2014), 135.

sampai sangat negatif.²³ Dalam penelitian ini, maka kriteria yang digunakan untuk penilaian yaitu menggunakan *skala likert* sebagai berikut:

Tabel 1.4
Skala Likert

Simbol	Kategori	Skor
SS	Sangat Setuju	5
ST	Setuju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah

Penggunaan lima kategori dalam skala tersebut di atas karena dapat dipandang mewakili dengan naik tingkat intensitas penilaian responden.

b. Sumber Data

Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan atas dua, yaitu sebagai berikut:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang-orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukan. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner.²⁴

²³ Ibid., 136.

²⁴ Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2006), 69.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu.²⁵

4. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metabelasi, data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun alat uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisa Data Kuantitatif

Analisa data Kuantitatif adalah analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik, serta data yang berupa angka atau bilangan.²⁶ Untuk mempermudah menganalisis data dalam penelitian, maka peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Tujuan dari analisis data adalah untuk menyusun dan menginterpretasikan data (kuantitatif) yang sudah diperoleh.²⁷

²⁵ Ibid., 69.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 147.

²⁷ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2008), 170.

b. Alat Analisis Data

1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur atau diinginkan serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti.

Adapun rumusan yang digunakan untuk menguji tingkat validitas instrumen dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus korelasi. Hasil r_{hitung} kita dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - 2$ dengan signifikan 5% jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid dan sebaliknya.²⁸

2) Uji Reabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut dianggap baik.

Reliabilitas artinya dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang hasilnya akan tetap sama (konsisten).

²⁸ Wiranta sujarweni. *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: pustaka baru press, 2015), 192.

Pengukuran reabilitas dapat dilakukan dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja. Alat ukur mengukur reabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka realibel dan sebaliknya.²⁹

3) Uji Asumsi Klasik

Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi berganda sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan kotak-kotak kerja yang sama dengan uji regresi.³⁰

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan melihat *probability plot*, dimana jika titik-titik *plot* menyebar disekitar garis diagonal dan tidak melebar dari garis diagonal berarti model regresi berdistribusi normal.³¹

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang

²⁹ Ibid., 192.

³⁰ Ibid., 181.

³¹ Ibid., 182.

sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolonieritas.³²

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *Variance Residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*.³³

4) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen yang akan diuji terhadap variabel dependen yaitu kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember. Dengan rumusan ekonometrika sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y = Loyalitas Nasabah

X₁ = Kualitas Layanan

³² Ibid., 185.

³³ Ibid., 185.

- X_2 = Kepercayaan
 X_3 = Kepuasan
 α = Konstanta / Kemiringan Slope
 β_1, β_2 dan β_3 = Koefisien
 e = *Error Term*

Untuk mengetahui serta menentukan pengaruh koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan bantuan SPSS.

a) Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk membandingkan rata-rata dua populasi dengan data yang berskala interval.³⁴ Adapun langkah-langkah uji t adalah sebagai berikut:

(1) Menentukan hipotesis:

H_a adalah kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

H_0 adalah kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

³⁴ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 154.

(2) Menentukan derajat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) dari t_{hitung} dan t_{tabel} .

(3) Menentukan t_{hitung} dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n+2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r: nilai koefisien korelasi

n: jumlah sampel

(4) Menentukan t_{tabel} (diambil dari hasil distribusi t pada $\alpha = 5\%$. Rumus $t_{tabel} = N-k$

(5) Membuat kesimpulan:

Criteria uji t:

(a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menyatakan bahwa variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y).

(b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menyatakan bahwa variabel independen (X) secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen (Y).

b) Uji F (Simultan)

Pada regresi berganda, yakni regresi yang variabel bebasnya lebih dari satu, pengujian tidak hanya dilakukan pada koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas, namun juga perlu dilakukan pengujian secara simultan (bersama-

sama). Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dapat dilakukan dengan uji F. Hal ini dilakukan dengan jalan membandingkan antara F_{hitung} dengan F .³⁵

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2) dan kepuasan (X_3), dimana mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Y). Berikut langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

(1) Merumuskan hipotesis

(a) $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$, berarti secara simultan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen yaitu kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap variabel dependen loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

(b) $H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, berarti secara simultan ada pengaruh signifikan antara variabel independen yaitu kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap variabel dependen loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember.

(c) Menentukan tingkat signifikansi dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) dari F_{hitung} dan F_{tabel} .

³⁵ Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran*, (Malang:UMM Press, 2004), 179.

(d) Menentukan F_{hitung} dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1-R^2) \frac{n-k-1}{n-k-1}}$$

Keterangan:

R: Nilai korelasi ganda

k: jumlah variabel bebas (independen)

n: jumlah sampel

(e) Menentukan F_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ dengan tingkat keyakinan 95%.

(f) Membuat kesimpulan

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima maka menyatakan bahwa masing-masing variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak maka menyatakan bahwa masing-masing variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 adalah koefisien determinasi yakni suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variabel dependen) dari suatu persamaan regresi.³⁶

R^2 merupakan fungsi yang menaik (*non decreasing function*) dari variabel-variabel bebas yang tercakup dalam persamaan regresi linear berganda. Semakin banyak variabel yang tercakup dalam model, makin menaik fungsi tersebut, artinya makin besar nilai R^2 tersebut.³⁷

Biasanya R^2 berkisar antara 0 sampai 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$, yang berarti variasi dari variabel bebas semakin dapat menjelaskan variasi dari variabel tidak bebas bila angkanya semakin mendekati 1. Jadi untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan *R Square*. Adapun rumus koefisien determinasi adalah:

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana:

R^2 : koefisien determinasi

r: koefisien korelasi

³⁶ Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 178.

³⁷ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekar Aplikatif, Edisi kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 131.

J. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam mempelajari materi ini, penting adanya sebuah sistematika pembahasan. Adapun sistematika ini direncanakan menjadi empat bab, yaitu:

BAB I: Pendahuluan, yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel dan indikator variabel), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, dan analisis data) dan sistematika pembahasan.

BAB II: Kajian kepustakaan, membahas mengenai penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III: Penyajian data dan analisis, memaparkan tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB IV: Penutup atau kesimpulan dan saran.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan perbedaan penelitian yang hendak dilakukan.³⁸ Diantaranya adalah:

1. Rinjani Meisy Prina Utami (2020)³⁹: Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Syariah Kcp Cilacap.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik probability sampling sebanyak 100 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Pengaruh Penggunaan EBanking, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap memiliki hubungan signifikan dan positif terhadap minat menggunakan internet banking.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan

³⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 39.

³⁹ Rinjani Meisy Prina Utami, *Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Syariah Kcp Cilacap*, (Purwokerto: IAIN Purwoerto, 2020).

kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel penggunaan E-Banking.

2. Zulham Burhanuddin (2020)⁴⁰: Pengaruh Kepercayaan, Kualitas pelayanan, Citra Perusahaan, Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Unit Colo Dawe Kudus.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kepercayaan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Sedangkan variabel kepuasan nasabah tidak bisa menjadi variabel mediasi antara kepercayaan dengan kepuasan nasabah.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dependen. Zulham Burhanuddin menggunakan variabel dependen dua, yaitu loyalitas nasabah dan kepercayaan.

3. Arum Sri Wahyuni Ningsih (2019)⁴¹: Komitmen, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

⁴⁰ Zulham Burhanuddin, *Pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, citra perusahaan, terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pada bank bri unit colo dawe kudus*, (Kudus: Universitas Muria Kudus, 2020).

⁴¹ Arum sri wahyuni ningsih, *komitmen, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah sarana prima mandiri pamekasan*, (Tulung Agung: IAIN Tulung Agung, 2019).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan analisis asosiatif hubungan klausal.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Secara simultan uji F diketahui variable komitmen, kepercayaan, dan kepuasan nasabah secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variable loyalitas nasabah di BPRS SPM Pamekasan. 2) Hasil uji t H_0 diterima pada variabel X1 dan X2, Sedangkan H_0 ditolak pada variabel X3. 3) hasil uji Adjusted R Square pada model ini adalah 0,622 hal ini berarti 62,2% variable loyalitas nasabah di BPRS SPM Pamekasan bisa dijelaskan variable komitmen, kepercayaan, dan kepuasan nasabah, sedangkan sisanya ($100\% - 62,2\% = 37,8\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel komitmen.

4. Adhe Lina Riananda (2019)⁴²: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi berganda.

⁴² Adhe Lina Riananda, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019).

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas, dengan nilai thitung sebesar $2,221 > ttabel\ 1,660$. Sama dengan variabel kepuasan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah diperoleh nilai t hitung $> t\ tabel\ (6,941 > 1,660)$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Begitu pula secara simultan variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai Fhitung sebesar $49,377 > Ftabel\ 3,09$.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terdapat pada variabel independen. Adhe Lina Riananda menggunakan variabel independen dua, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan.

5. Sutikno (2019)⁴³ : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bank Bukopin Tbk Cabang Yogyakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode random sampling, yaitu mengambil sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap

⁴³ Sutikno, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bank Bukopin Tbk Cabang Yogyakarta*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2019).

loyalitas konsumen dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya. Sutikno menggunakan variabel independen hanya satu yaitu kualitas pelayanan.

6. Eka Kusumawati (2018)⁴⁴: Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bprs Sukowati Sragen Cabang Boyolali).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel kepercayaan dan komunikasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas sedangkan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Variabel kepuasan juga tidak mampu memediasi komitmen dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya yaitu komitmen dan komunikasi.

⁴⁴ Eka Kusumawati, *Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bprs Sukowati Sragen Cabang Boyolali)*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018).

7. Suherly (2018)⁴⁵ : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Syariah Cabang Cirebon.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survey. Pengambilan sampel menggunakan random sampling dengan jumlah responden 100 nasabah.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan secara simultan dan parsial memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di bank syariah. Adapun hubungan atau korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan bersifat kuat dan searah dengan nilai 0,814. Hasil penelitian ini menginformasikan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh secara signifikan dan menjadi faktor yang penting terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya. Suherly menggunakan variabel independen dua, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

8. Syafira Ulfa (2018)⁴⁶: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah).

⁴⁵ Suherly, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Syariah Cabang Cirebon*, (2018).

⁴⁶ Syafira Ulfa, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah)*, (Medan, Universitas Negeri Islam Sumatera Utara , 2018).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuisioner dengan pengukuran skala likert dan sampel yang digunakan sebanyak 98 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah $0,000 < 0,05$, 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 intervening $0,000 < 0,05$. Uji Analisis Path Kepuasan Nasabah mampu memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai pengaruh tidak langsung $>$ pengaruh langsung, yakni $0,369 > 0,167$. Dan Uji Sobel Kepuasan Nasabah mampu memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai thitung $4,6625 >$ dari ttabel $1,66005$.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya. Syafira Ulfa menggunakan variabel independen satu, yaitu kualitas pelayanan.

9. Alfi Annisatul Fauziah (2017)⁴⁷: Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Bank Bri Syariah Cabang Semarang).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan Metode pemilihan sampel dengan mengambil dari sebagian populasi yang ada, yaitu dengan menggunakan rumus slovin dan memperoleh 100 responden sebagai sampel.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah secara individu. Secara simultan kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Variabel corporate image berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Variabel corporate image berhasil memperkuat variabel kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah tetapi corporate image tidak memperkuat dalam memoderasi kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya. Alfi Annisatul Fauziah menggunakan variabel independen dua, yaitu kualitas layanan dan kepuasan.

⁴⁷ Alfi annisatul fauziah, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Bank Bri Syariah Cabang Semarang)*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2017).

10. Ifani Nurfitri (2016)⁴⁸: Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Kuningan).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode probability sampling dan diambil 100 sampel dari total populasi 10.583.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Kepercayaan responden terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan sangat tinggi. (2) Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan sudah baik. (3) Tingkat kepuasan nasabah terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan cukup puas. (4) Tingkat loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan sudah loyal. (5) Terdapat pengaruh sebesar 22,7% antara kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. (6) Terdapat pengaruh sebesar 33,0% antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. (7) Terdapat pengaruh secara simultan sebesar 55,8% antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil Uji hipotesis F secara simultan diperoleh nilai Fhitung = 61,180 lebih besar dari nilai Ftabel yaitu 2,70 maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. (8) Terdapat pengaruh sebesar 39,6% antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

⁴⁸ Ifani Nurfitri, *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Kuningan)*, (Cirebon: IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2016).

Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya. Ifani Nurfitri menggunakan variabel independen dua, yaitu kepercayaan dan kualitas pelayanan.

Berikut tabel 1.2 yang mendeskripsikan tentang apa saja perbedaan dan persamaan yang ada pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang hendak dilakukan saat ini:

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

N O	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Rinjani Meisy Prina Utami (2020)	Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Syariah Kcp Cilacap	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Syariah Kcp Cilacap
2	Zulham Burhanudin (2020)	Pengaruh Kepercayaan, Kualitas pelayanan, Citra Perusahaan, Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada

		Pada Bank Bri Unit Colo Dawe Kudus		Bank Bri Unit Colo Dawe Kudus
3	Arum Sri Wahyuni Ningsih (2019)	Komitmen, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Komitmen, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.
4	Adhe Lina Riananda (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.
5	Sutikno (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bank Bukopin Tbk Cabang Yogyakarta	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bank Bukopin Tbk Cabang Yogyakarta.
6	Eka Kusumaw	Pengaruh Kepercayaan,	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek yang diteliti

	ati (2018)	Komitmen Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bprs Sukowati Sragen Cabang Boyolali)	kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan	b. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bprs Sukowati Sragen Cabang Boyolali).
7	Suherly (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Syariah Cabang Cirebon	a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah	a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Syariah Cabang Cirebon
8	Syafira Ulfa (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang	a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah	a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah).

		Petisah)		
9	Alfi Annisatul Fauziah (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Bank Bri Syariah Cabang Semarang)	a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah	a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Bank Bri Syariah Cabang Semarang).
10	Ifani Nurfitri (2016)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Kuningan)	a. Menggunakan metode kuantitatif b. Pembahasan mengenai kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	a. Objek yang diteliti b. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Kuningan).

(Sumber Data: Kajian Terdahulu)

B. Kajian Teori

1. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan.

Menurut Philip Kotler, layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.⁴⁹ Bentuk pelayanan dapat berbentuk apa saja, yaitu setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain yang mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik. Pelayanan yang diberikan dengan sebaik baiknya, diharapkan dapat memuaskan anggota dalam menggunakan layanan yang ditawarkan, pada tahap selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan anggota pengguna layanan tersebut sebanyak mungkin serta mampu mempertahankan anggota yang sudah ada.⁵⁰

Menurut Kasmir, pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang, atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, sesama karyawan, dan juga terhadap pimpinan organisasi. Pada umumnya, pelayanan yang tinggi

⁴⁹ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran edisi Bahasa Indonesia (Jakarta: Prenhallindo, 1999), 179

⁵⁰ Ibid., 179.

akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian ulang yang akan lebih sering dilakukan.⁵¹

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah atau pelanggan.

b. Dimensi Kualitas Layanan

- 1) Bukti langsung (*tangibles*), adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- 2) Keandalan (*reliability*), adalah kemampuan perusahaan yang untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

⁵¹ Kasmir, *Customer Service Excellent*, (Depok:PT Raja Grafindo Persada, 2017), 47.

- 3) Daya tanggap (*responseveness*), adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) Jaminan (*assurance*), adalah pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa aspek antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- 5) Empati (*emphaty*), adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.⁵²

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas pelayanan

Faktor–faktor yang mempengaruhi kualitas layanan agar dapat menyediakan layanan yang melebihi standar adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan komunikasi intenal dan meynediakan pendukung, artinya pada saat melayani pelanggan atau nasabah karyawan harus mengatur konflik antara kebutuhan pelanggan dengan kebutuhan perusahaan. Ketika karyawan sudah diberikan tanggung jawab

⁵² Nina Indah Febriana, “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”, *Jurnal An-Nisbah*, Vol.3 No.1, (Oktober 2016), 148-149 .

untuk menyediakan layanan kepada pelanggan atau nasabah maka kualitas layanannya harus lebih meningkat.

- 2) Memberi informasi dan pelatihan, artinya karyawan harus memahami produk-produk yang terdapat pada perusahaan dan mampu memahami kebutuhan pelanggan atau nasabah.
- 3) Menyediakan dukungan emosional, artinya layanan penyedia jasa harus mempunyai pendukung untuk menyampaikan layanan yang diinginkan oleh pelanggan atau nasabah.⁵³

2. Kepercayaan

a) Pengertian Kepercayaan

Menurut Agung Ratih Permatasari, kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang dia inginkan pada diri orang lain.⁵⁴ Kepercayaan tentunya akan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena yakin bahwa partnernya akan memberikan kepuasan yang dia harapkan dan dapat dipercaya. Kepercayaan memegang peran penting dalam jalinan hubungan jangka panjang bagi pelanggan yang memiliki orientasi hubungan tinggi terhadap perusahaan.⁵⁵

Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun kepuasan walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama.

⁵³ Cristina Widya Utami, *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel. Modern)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 263-264.

⁵⁴ Agung Ratih Permatasari, *Kepercayaan Pelanggan Diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan*, (Jawa Tengah: Lakeisha, 2020), 23.

⁵⁵Ibid., 23.

b) Dimensi Kepercayaan

1) Kepercayaan Keyakinan (Trusting Belief)

Trusting belief adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam situasi tertentu. *Trusting belief* merupakan persepsi pihak yang percaya (nasabah) terhadap pihak yang dipercaya (perusahaan) dimana perusahaan mempunyai karakteristik tersendiri untuk memberikan keuntungan bagi nasabah.

2) Niat Mempercayai (Trusting Intention)

Trusting Intention adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung kepada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain.⁵⁶

c) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

1) Nilai Lebih

Nilai lebih adalah dimana suatu mitra bisnis memiliki keyakinan tentang tingkah laku, tujuan dan peraturan yang penting maupun tidak penting, benar maupun tidak benar, dan tepat maupun tidak tepat. Nilai lebih ini menyimbolkan keyakinan konsumen dan bank terhadap etika-etika, keamanan dan privasi.

2) Komunikasi

Komunikasi sangat penting, dikarenakan mempunyai karakteristik sosial dan membangun kepercayaan konsumen.

⁵⁶ Meliana Utami, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah", *CIMAE*, Vol. 2 (2019), 173.

Semakin tinggi tingkat komunikasi, maka akan semakin besar pengaruhnya pada kepercayaan konsumen dan kemungkinan besar akan meningkatkan transaksi nasabah.⁵⁷

3. Kepuasan

a) Pengertian Kepuasan

Menurut Philip Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerjanya, yang bisa berupa suatu produk dan harapan-harapannya.⁵⁸ Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak akan puas dan jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan amat puas atau senang. Konsumen yang puas cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain.⁵⁹

Kepuasan pelanggan merupakan basis bagi keberhasilan perusahaan, terutama dalam kondisi persaingan yang sangat ketat. Pemikiran yang mendasari mengenai arti kepuasan pelanggan adalah pelanggan yang merasa puas atas suatu produk atau layanan yang diberikan, akan memiliki kemungkinan yang besar untuk melakukan pembelian ulang, mencoba produk dan jasa lain yang ditawarkan perusahaan, mengabarkan keunggulan produk atau jasa perusahaan kepada pihak lainnya.⁶⁰

⁵⁷ Mahmudatus Sa'diyah, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Mobile banking Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus", *Jurnal Equilibrium*, Vol. 1 No. 1 (Juni 2013), 124-126.

⁵⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid Pertama*, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), 45.

⁵⁹ *Ibid.*, 45.

⁶⁰ Yendra, "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Jayapura", *Jurnal Future*, (April 2016), 269.

b) Dimensi Atribut Faktor Utama Yang Harus Diperhatikan

- 1) Kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- 5) Biaya. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan.⁶¹

c) Faktor-faktor Pembentuk Kepuasan

- 1) Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan.
- 2) Kesiediaan untuk merekomendasikan dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindak.⁶²

⁶¹ Ibid., 270.

⁶² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia, 2005), 101.

4. Loyalitas Nasabah

a) Pengertian Loyalitas Nasabah

Menurut Hadiyati, loyalitas nasabah merupakan sebuah usaha nasabah untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepercayaan dan kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti dengan pembelian ulang.⁶³ Loyalitas nasabah dapat dibentuk dari rasa percaya yang telah diciptakan sebelumnya yang berada dibenak nasabah. Apabila nasabah loyal pada suatu perusahaan, maka nasabah tidak akan berpindah ke bank lain untuk menginvestasikan uangnya, sehingga dapat menguntungkan kedua belah pihak.⁶⁴

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah atau pelanggan adalah suatu sikap yang dimiliki oleh seorang nasabah atau pelanggan yang berwujud kesetiaan terhadap perusahaan dengan bersedia melakukan pembelian secara ulang.

b) Cara Membangun Loyalitas Nasabah

Terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan atau nasabah, menjadi aset penting dalam menjalankan usaha. Lima cara mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan atau nasabah diantaranya ialah:

- 1) Berikan perhatian *before* dan *after*.
- 2) Ciptakan sebuah hubungan yang saling menguntungkan.
- 3) Lakukan *followup* pasca penjualan.

⁶³ Ni Made Rastini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali", 710.

⁶⁴ Ibid., 710.

- 4) Tawarkan program menarik untuk menjaga loyalitas pelanggan.
 - 5) Berikan keuangan bagi pelanggan setia anda.⁶⁵
- c) Dimensi Loyalitas Nasabah

1) Transaksi Berulang

Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular purchase*). Loyalitas ini mengacu pada unit-unit pengembalian keputusan untuk melakukan secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.

2) Merekomendasikan kepada orang lain

Merekomendasikan kepada orang lain (*refrs other*). Pelanggan yang loyal akan suka merekomendasikan perusahaan kepada teman-teman dan rekannya. Karena pelanggan tersebut sudah merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

3) Membeli diluar lini produk dan jasa

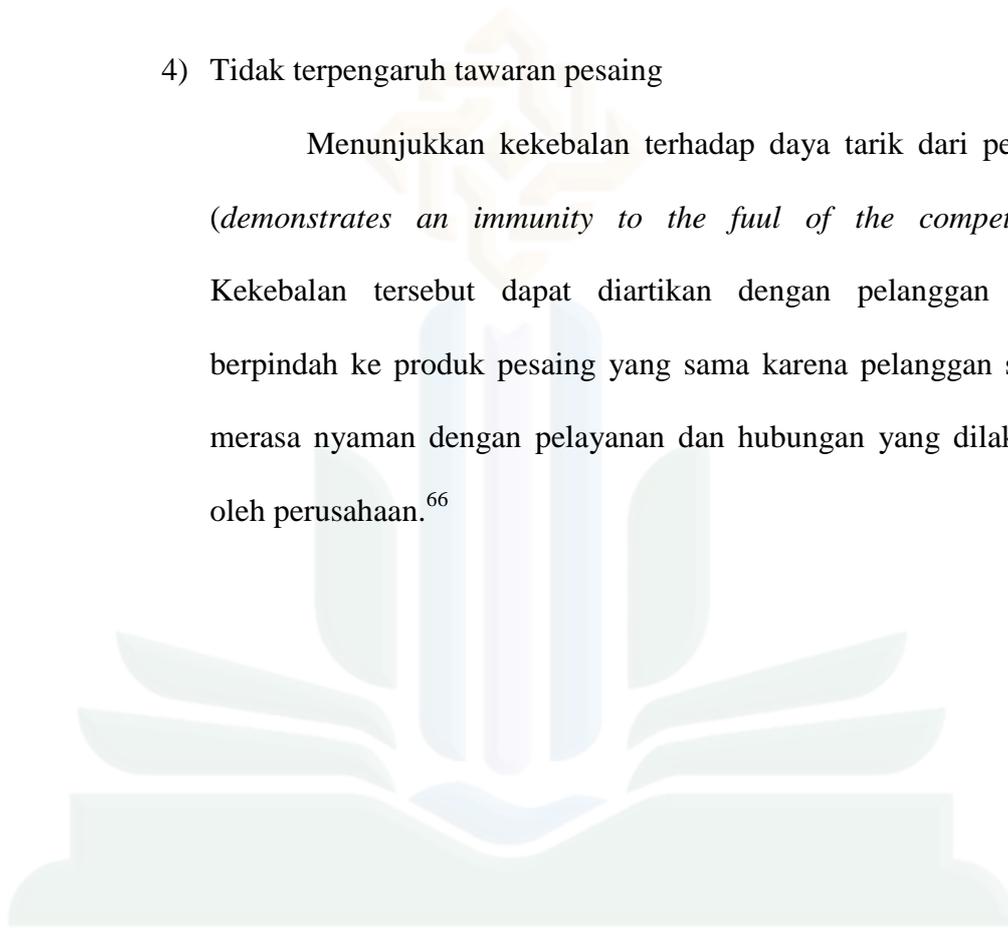
Membeli diluar lini produk dan jasa (*purchases accross product and service lines*). Membeli diluar lini produk dan jasa artinya keinginan untuk membeli lebih dari produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan maka akan percaya juga untuk urusan lain.

⁶⁵ Warnadi Aristriyono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 32.

4) Tidak terpengaruh tawaran pesaing

Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik dari pesaing
(*demonstrates an immunity to the pull of the competition*).

Kekebalan tersebut dapat diartikan dengan pelanggan tidak berpindah ke produk pesaing yang sama karena pelanggan sudah merasa nyaman dengan pelayanan dan hubungan yang dilakukan oleh perusahaan.⁶⁶



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

⁶⁶ Griffin Jill, *Customer Loyalty*, (Jakarta:Erlangga, 2003), 203.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan bank pemerintahan yang beroperasi pertama kali di Indonesia. Dalam perkembangannya BRI sudah mengalami beberapa kali perubahan nama dan status yang memiliki kaitan erat dengan sejarah perjuangan bangsa Indonesia. Perubahan-perubahan yang dilakukan BRI tentunya mengandung arti penting bagi perkembangan dan pertumbuhan BRI. Hal ini sejalan dengan cita-cita dan tujuan BRI yang tertuang dalam visi dan misi BRI dalam melayani nasabah.

2. Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia

Perjalanan bisnis PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dimulai pada tahun 1895 di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjoatmadja yang awalnya mengelola dana yang masjid untuk disalurkan kepada masyarakat dengan skema yang sederhana.

Sepanjang sejarah, berbagai nama telah melekat pada BRI, mulai dari De Poerwokertosche Bestuurs Ambtenareen, Syomin Ginko, sampai akhirnya resmi ditetapkan menjadi Bank Rakyat Indonesia sejak 18 Desember 1968 berdasarkan UU No. 21 Tahun 1968.

BRI berubah status hukum pada tahun 1992 menjadi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) berdasarkan Undang-undang Perbankan No. 7

Tahun 1992 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta, kini Bursa Efek Indonesia pada 10 November 2003, dengan kode saham BBRI. Pada tahun 2007, BRI mengambil langkah strategis dengan mengakuisisi Bank Jasa Artha (BJA), yang kemudian dikonversi menjadi Bank BRI Syariah. Unit usaha syariah milik BRI kemudian dipisahkan dari BRI dan digabungkan kedalam PT Bank BRI Syariah pada 1 Januari 2009 dan kemudian pada tanggal 3 Maret 2011 BRI mengakuisisi saham PT Agro Niaga Tbk dari Dana Pensiunan Perkebunan (Dapenbun).

Sejak awal berdiri, BRI konsisten fokus pada segmen UMKM serta menjadi pelopor *microfinance* di Indonesia. Komitmen ini tetap dijaga sampai saat ini dan dengan dukungan pelayanan memberikan pelayanan perbankan terutama segmen UMKM, BRI mampu mencatat prestasi sebagai bank dengan laba terbesar 15 tahun berturut-turut. Dengan berinovasi, BRI mampu merespon setiap perkembangan yang terjadi di masyarakat dan dunia bisnis. Salah satunya adalah perkembangan teknologi. BRI menjadi yang pertama dalam menyediakan layanan *self-service banking* di Indonesia melalui *BRI Hybrid Banking* pada tahun 2013. Layanan perbankan berbasis teknologi dibawah BRI sampai ke pelosok negeri, bahkan sampai ke pulau-pulau kecil Nusantara. Di tahun 2015, BRI meluncurkan Teras BRI Kapal, layanan perbankan pertama di dunia yang ada di atas laut. Lalu, pada tanggal 18 Juni 2016, BRI meluncurkan BRI-sat. Ini menjadikan BRI bank pertama di dunia yang memiliki dan mengoperasikan satelit sendiri.

Untuk memperkuat eksistensi bisnis di kancah global, BRI membuka unit kerja diluar negeri. Di tahun 2015, BRI membuka kantor di Singapura dan mengakuisisi PT Asuransi Jiwa Sejahtera (*Bringin Life*). Sebelumnya telah berdiri unit kerja di beberapa negara lain, seperti BRI New York Regeency, BRI Caymand Island Branch, Hong Kong Representative Office, dan BRI Remittance Hong Kong. Pada tahun 2017, BRI membuka unit kerja di Timur Leste. Selain itu, di tahun 2017 BRI meluncurkan BRISPOT dan terus dikembangkan di tahun 2018. Di tahun 2019 BRI terus melakukan terobosan inovasi atas produk dan layanan keuangannya dalam digital banking di Indoensia. Beberapa produk *digital banking* antara lain PINAG, BRImo, pinjaman online yang diberi nama CERIA. Pada tahun 2020, BRI secara aktif menjadi mitra utama pemerintah dalam mengimplementasikan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang telah memberikan dampak positif, tidak hanya bagi debitur sebagian besar UMKM, tetapi juga bagi BRI. Sebagai upaya penyelamatan debitur terdampak Covid-19, sampai dengan Desember 2020, perseroan telah melakukan restrukturisasi sebesar 186,6 triliun kepada 2,8 juta debitur, dimana sebagian besar UMKM.⁶⁷

3. Visi dan Misi PT. Bank Rakyat Indonesia

a) Visi PT. Bank Rakyat Indonesia

Menjadi *The Most Valuable Banking Group* di Asia Tenggara
dan *Champion of Financial Inclusion*

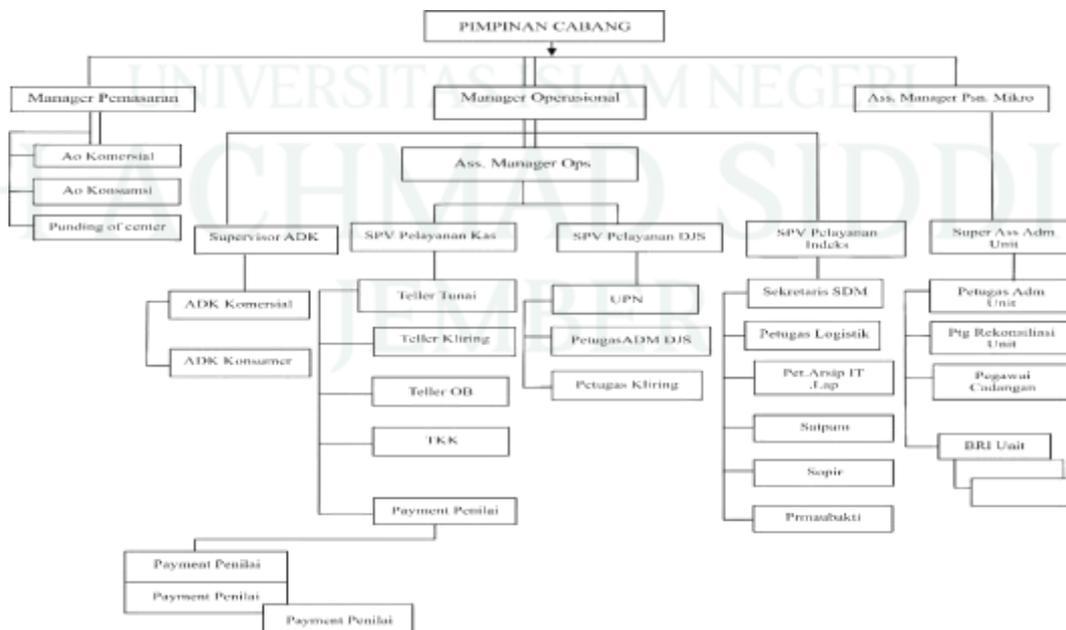
⁶⁷ Bank Rakyat Indonesia, *Annual Report 2020*, 86-88.

b) Misi PT. Bank Rakyat Indonesia

- 1) Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- 2) Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operasional dan *risk manajemen excellence*.
- 3) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stake-stake holders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *good corporate governance* yang sangat baik.

4. Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia

Struktur Organisasi Bank BRI Kantor Cabang Jember



B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

a) Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	29
2	Perempuan	67
	Jumlah	96

Sumber: Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, menyatakan bahwa dari 96 responden jumlahnya hampir sama, namun lebih dominan oleh perempuan, yaitu sebanyak 67, sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 29 responden.

b) Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah
1	Dibawah 20 tahun	6
2	20-29 tahun	77
3	30-39 tahun	5
4	40-49 tahun	5
5	50 tahun keatas	3
	Jumlah	96

Sumber: Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 3.2 terlihat bahwa dari 96 responden diantaranya terdiri dari responden yang berusia dibawah 20 tahun sebanyak 6 responden, usia 20-29 tahun sebanyak 77 responden, usia 30-39 sebanyak 5 responden, usia 40-49 tahun sebanyak 5 responden, dan usia 50 tahun keatas sebanyak 3 responden.

c) Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1	PNS	2
2	Pegawai Swasta	5
3	Wiraswasta/Pedagang	17
4	Mahasiswa/Pelajar	53
5	Lainnya	19
	Jumlah	96

Sumber: Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 3.3 terlihat bahwa dari 96 responden diantaranya terdiri dari responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 2 responden, yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 5 responden, yang bekerja sebagai wiraswasta/pedagang sebanyak 17 responden, yang bekerja sebagai mahasiswa/pelajar sebanyak 53, dan yang bekerja sebagai lainnya sebanyak 19 responden.

C. Analisis Dan Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Instrumen Data

Sebelum dilakukan pengolahan data dari hasil jawaban kuesioner (data primer), terlebih dahulu dilakukan uji validitas instrumen (butir pertanyaan) yang digunakan agar dapat diketahui kelayakan dari penggunaan butir pertanyaan dalam penelitian. Pengujian Instrumen tersebut dilakukan dengan bantuan program *SPSS Version 2.2*.

a) Uji Validitas

Uji validitas disini menggunakan rumus Bevariate Pearson SPSS yang dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, $96 - 2 = 94$ dengan α (alpha) 5% (0,05) di dapat $r_{tabel} = 0,1689$. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka butir soal pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Uji validitas menggunakan bantuan *SPSS Statistics versi 22*. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	Alpha (α)	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Kualitas Layanan (X1)	X.1.1	0,05	0,1689	0,418	Valid
		X1.2	0,05	0,1689	0,729	Valid
		X1.3	0,05	0,1689	0,556	Valid
		X1.4	0,05	0,1689	0,799	Valid
		X1.5	0,05	0,1689	0,409	Valid
		X1.6	0,05	0,1689	0,614	Valid
		X1.7	0,05	0,1689	0,732	Valid
		X1.8	0,05	0,1689	0,799	Valid
		X1.9	0,0	0,1689	0,409	Valid
2	Kepercayaan (X2)	X2.1	0,05	0,1689	0,792	Valid
		X2.2	0,05	0,1689	0,795	Valid
		X2.3	0,05	0,1689	0,801	Valid
		X2.4	0,05	0,1689	0,781	Valid
3	Kepuasan (X3)	X3.1	0,05	0,1689	0,832	Valid
		X3.2	0,05	0,1689	0,784	Valid
		X3.3	0,05	0,1689	0,712	Valid
		X3.4	0,05	0,1689	0,821	Valid
4	Loyalitas Nasabah (Y)	Y1	0,05	0,1689	0,905	Valid
		Y2	0,05	0,1689	0,866	Valid
		Y3	0,05	0,1689	0,894	Valid
		Y4	0,05	0,1689	0,868	Valid

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan dalam penelitian ini menunjukkan semua item penelitian

dikatakan valid karena nilai $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$.

b) Uji Reabilitas

Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha*.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Uji reliabilitas menggunakan bantuan *SPSS Statistics versi 22*.

Hasil pengujiannya dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standarisasi	Keterangan
1	Kualitas Layanan (X1)	0,791	0,60	Reliabel
2	Kepercayaan (X2)	0,802	0,60	Reliabel
3	Kepuasan (X3)	0,776	0,60	Reliabel
4	Loyalitas Nasabah (Y)	0,906	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 dan oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dari keempat variabel diatas adalah reliabel.

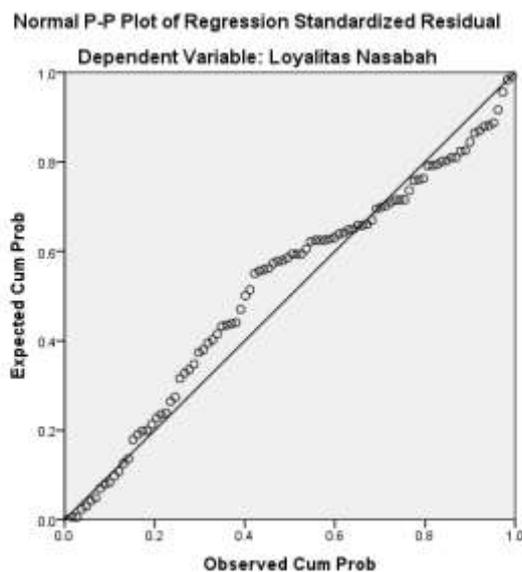
2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model tersebut memenuhi asumsi normalitas.⁶⁸ Berikut hasil uji normalitas data dengan menggunakan bantuan *SPSS Version 22* sebagai berikut:

⁶⁸ Wiranta Sujarweni. *SPSS Untuk Penelitian*, 182.

Gambar 3.2
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Dari hasil tampilan grafik normal plot terlihat titik-titik disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi

multikolinieritas.⁶⁹ Berikut hasil pengujian multikolinieritas dengan menggunakan bantuan *SPSS Version 22* sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	.988	1.012
	Kepercayaan	.446	2.244
	Kepuasan	.449	2.228

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa uji multikolinieritas model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel bebas, karena dapat dilihat dari nilai *tolerance* pada masing-masing variabel bebas atau independen yang lebih besar dari 0,10. Sedangkan perhitungan VIF menunjukkan bahwa nilai VIF pada masing-masing variabel bebas kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang digunakan tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Asumsi ini menyatakan bahwa apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dan residual satu pengamatan yang lain.

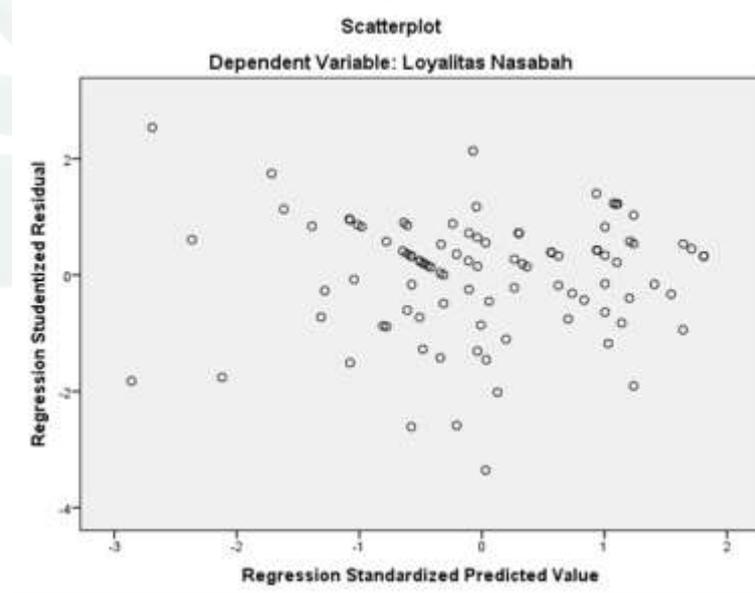
Jika variansi satu residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut

⁶⁹ Wiranta Sujarweni. *SPSS Untuk Penelitian*, 185.

homokedastisitas. Dalam perhitungan melalui *SPSS*, dasar pengampilan keputusannya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, titik-titik membentuk pola (melebar, bergelombang, menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 3.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil estimasi analisis regresi berganda dengan bantuan program *SPSS Statistics versi 22*, maka dalam proses perhitungannya diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.061	2.927		.704	.483
	Kualitas Layanan	-.084	.070	-.079	-1.197	.234
	Kepercayaan	.588	.119	.486	4.937	.000
	Kepuasan	.428	.122	.345	3.515	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel di atas mengenai estimasi regresi linier berganda dengan bantuan program *SPSS Statistics versi 22*, maka dapat disimpulkan persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \\
 &= 2,061 - 0,84 + 0,588 + 0,428 + e
 \end{aligned}$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Nasabah

- X_1 = Kualitas Layanan
 X_2 = Kepercayaan
 X_3 = Kepuasan
 α = Konstanta / Kemiringan Slope
 β_1, β_2 dan β_3 = Koefisien
 e = *Error Term*

Dari hasil persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan bahwa:

- a. (Nilai Konstanta) sebesar 2,061 berarti loyalitas nasabah (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), dan kepuasan (X_3) dengan kondisi tetap dan pada nilai 2,061.
- b. Nilai koefisien kualitas layanan (X_1) sebesar -0,084 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap atau konstan dan variabel kualitas layanan mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,084. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara variabel kualitas layanan dengan loyalitas nasabah di BRI KC Jember. Semakin naik variabel kualitas layanan maka semakin turun tingkat loyalitas nasabah.
- c. Nilai koefisien kepercayaan (X_2) sebesar 0,588 berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya setiap peningkatan variabel 1%, maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,588 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap atau nol (0) atau konstan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel kepercayaan maka semakin meningkat loyalitas nasabah di BRI KC Jember.

d) Nilai koefisien kepuasan (X_3) sebesar 0,428 berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya setiap peningkatan variabel 1%, maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,428 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap atau nol (0) atau konstan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel kepuasan maka semakin meningkat loyalitas nasabah di BRI KC Jember.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dengan bantuan program *SPSS Version 22* dapat dianalisis sebagai berikut:

Tabel 3.8
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.061	2.927		.704	.483
	Kualitas Layanan	-.084	.070	-.079	-1.197	.234
	Kepercayaan	.588	.119	.486	4.937	.000
	Kepuasan	.428	.122	.345	3.515	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Menurut hasil uji t (parsial) dari tabel di atas, pada variabel kualitas layanan (X_1) didapatkan nilai t_{hitung} -1,197 dengan signifikansi sebesar 0,234 dengan t_{tabel} sebesar 1,661. Karena t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} (t_{hitung} -1,197 < t_{tabel} 1,661) sedangkan tingkat signifikansi 0,234 > 0,05 maka H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. “Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah”.

Menurut hasil uji t (parsial) dari tabel di atas, pada variabel kepercayaan (X_2) didapatkan nilai t_{hitung} 4,937 dengan signifikansi sebesar 0,000 dengan t_{tabel} sebesar 1,661. Karena t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} (t_{hitung} 4,937 > t_{tabel} 1,661) sedangkan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. “Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dengan loyalitas nasabah”.

Menurut hasil uji t (parsial) dari tabel di atas, pada variabel kepuasan (X_3) didapatkan nilai t_{hitung} 3,515 dengan signifikansi sebesar 0,001 dengan t_{tabel} sebesar 1,661. Karena t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} (t_{hitung} 3,515 > t_{tabel} 1,661) sedangkan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05, maka H_a

diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. “Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas nasabah”.

b. Uji F (Simultan)

Analisis uji f pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas (kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Berikut adalah hasil pengujian secara simultan dengan bantuan program *SPSS Version 2.2*:

Tabel 3.9
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	601.660	3	200.553	46.506	.000 ^b
	Residual	396.746	92	4.312		
	Total	998.406	95			
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan (X ₃), Kualitas Layanan (X ₁), Kepercayaan (X ₂)						
Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)						

Berdasarkan uji f di atas, didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 46,506 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($46,506 > 2,31$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berbunyi bahwa ada pengaruh dari variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas

nasabah. “Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan secara bersama-sama terdapat pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 adalah koefisien determinasi yakni suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variabel dependen) dari suatu persamaan regresi.⁷⁰ R^2 merupakan fungsi yang menarik (*non decreasing function*) dari variabel-variabel bebas yang tercakup dalam persamaan regresi linier berganda. Semakin banyak variabel yang tercakup dalam model, maka menarik fungsi tersebut, artinya makin besar nilai R^2 tersebut.⁷¹ Berikut ini tabel uji koefisien dengan bantuan program *SPSS Version 22*:

Tabel 3.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.603	.590	2.077

a. Predictors: (Constant), Kepuasan (X_3), Kualitas Layanan (X_1), Kepercayaan (X_2)

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* 0,590. Hal ini menunjukkan bahwa

⁷⁰ Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran*, 178.

⁷¹ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, 131.

variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan mampu mempengaruhi loyalitas nasabah dengan nilai sebesar 0,590, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 59,0) = 41\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individu) diperoleh perbandingan yaitu $t_{hitung} -1,197$ dengan tingkat signifikansi 0,234. Karena $t_{hitung} -1,197 < t_{tabel} 1,661$ sedangkan tingkat signifikansi $0,234 > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Kesimpulan : “kualitas layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Philip Kotler mendefinisikan kualitas layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.⁷² Teori ini didukung juga oleh Kasmir yang menyatakan bahwa pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang, atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, sesama karyawan, dan juga terhadap pimpinan organisasi.⁷³ Dalam kualitas layanan terdapat beberapa indikator yaitu bukti langsung, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati.

⁷² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran edisi Bahasa Indonesia* (Jakarta: Prenhallindo, 1999), 179.

⁷³ Kasmir, *Customer Service Excellent*, (Depok:PT Raja Grafindo Persada, 2017), 47.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Azka Al Afifah dimana penelitiannya menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,440 > 1,98447$) dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$.⁷⁴

Dalam hal ini kualitas layanan yang diterapkan oleh BRI KC Jember masih belum maksimal. Hal ini dikarenakan kualitas layanan menjadi kurang dominan dalam membuat keputusan loyalitas, oleh karena itu karyawan BRI KC Jember harus benar-benar serius dan memahami apa kebutuhan nasabah, termasuk meningkatkan komunikasi yang sangat ramah dengan nasabah, layanan yang tersenyum sehingga dapat menjalin persahabatan dengan nasabah. Dengan meningkatkan salah satu cara tersebut bisa membuat nasabah merasa puas dan nyaman sehingga membuat mereka bergantung dan akan loyal.

2. Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individu) diperoleh perbandingan yaitu t_{hitung} 4,937 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya “terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember” atau dengan kata lain “variabel kepercayaan berpengaruh secara individual dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

⁷⁴ Azka Al Afifah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)”, (Skripsi:UIN Raden Fatah Palembang, 2016).

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Apabila kepercayaan tersebut ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas nasabah. Kepercayaan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari kejujuran, kepedulian, kredibilitas dan kehandalan.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian Azka Al Afifah yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,343 > 1,98447$) dengan nilai signifikansi $0,21 < 0,05$.⁷⁵

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Cristina Widya Utami dalam bukunya yang menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang dia inginkan pada diri orang lain. Kepercayaan memegang peran penting dalam jalinan hubungan jangka panjang bagi pelanggan yang memiliki orientasi hubungan tinggi terhadap perusahaan.⁷⁶

3. Pengaruh Kepuasan (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individual) diperoleh perbandingan yaitu t_{hitung} 3,515 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena t_{hitung} 3,515 > t_{tabel} 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05.

Kesimpulannya “terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan

⁷⁵ Azka Al Afifah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang”, (Skripsi: UIN Raden Fatah Palembang, 2016).

⁷⁶ Cristina Widya Utami, *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel. Modern)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 263-264.

dengan loyalitas nasabah pada BRI KC Jember” atau dengan kata lain “variabel kepuasan berpengaruh secara individual dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Apabila kepuasan tersebut ditingkatkan dengan tepat, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas nasabah. Kepuasan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari keyakinan, empati, berwujud, keandalan dan koresponsifan.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian Azka Al Afifah yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dibuktikan dengan $t_{hitung} 3,092 > t_{tabel} 1,98447$.⁷⁷

Jadi, hasil analisis di atas menunjukkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Kepuasan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari keyakinan, empati, berwujud, keandalan dan koresponsifan.

4. Pengaruh Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2) dan Kepuasan (X3) Secara Simultan

Berdasarkan perhitungan uji F dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan mempunyai pengaruh signifikan

⁷⁷ Azka Al Afifah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang”, (Skripsi:UIN Raden Fatah Palembang, 2016).

secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember. Terbukti perhitungan dari bantuan program *SPSS Version 2.2* bahwa nilai F_{hitung} sebesar 46,506 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 sedangkan F_{tabel} 2,31 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi, kesimpulannya variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa apabila variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan lebih ditingkatkan lagi dan lebih diperhatikan maka hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini mendukung penelitian Azka Al Afifah yang menyatakan bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $177,883 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KC Jember, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) Terhadap Loyalitas nasabah pada BRI KC Jember (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individu) diperoleh perbandingan yaitu $t_{hitung} -1,197$ dengan tingkat signifikansi $0,234$. Karena $t_{hitung} -1,197 < t_{tabel} 1,661$ sedangkan tingkat signifikansi $0,234 > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Kesimpulan: “kualitas layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

2. Pengaruh Kepercayaan (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BRI KC Jember (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individu) diperoleh perbandingan yaitu $t_{hitung} 4,937$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Kesimpulan: “terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember” atau dengan kata lain “variabel kepercayaan berpengaruh secara individual dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

3. Pengaruh Kepuasan (X3) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BRI KC Jember (Y)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individual) diperoleh perbandingan yaitu t_{hitung} 3,515 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena t_{hitung} 3,515 > t_{tabel} 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05. Kesimpulan: “terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas nasabah pada BRI KC Jember” atau dengan kata lain “ variabel kepuasan berpengaruh secara individual dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember”.

4. Hasil pengujian secara simultan (bersama-sama) dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan (X1), kepercayaan (X2) dan kepuasan (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y)

Berdasarkan perhitungan uji F dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember. Terbukti perhitungan dari bantuan program *SPSS Version 2.2* bahwa nilai F_{hitung} sebesar 46,506 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 sedangkan F_{tabel} 2,31 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi, kesimpulannya variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember.

B. Saran - Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah diuraikan maka saran bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Kepada perusahaan perlu memperhatikan serta mempertahankan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan juga faktor-faktor lain yang nantinya akan mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah dan berdampak positif bagi nasabah serta bagi pihak perusahaan BRI.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan untuk menulis penelitian selanjutnya, dan peneliti selanjutnya bisa menggunakan variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Aristriyono, Wardani. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Bank Rakyat Indonesia, *Annual Report 2020*.
- Firdaus, Muhammad. 2011. *Ekonometrika Suatu Pendekar Aplikatif, Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jill, Griffin. 2003. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Permatasari, Agung Ratih. 2020. *Kepercayaan Pelanggan Diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Prasetyo, Bambang. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian Pendidikan: Pendidikan, Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiranta. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarni, Murti. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*. Jember: IAIN Jember Press.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

_____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Utami, Cristina Widya. 2006. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel)*. Jakarta: Salemba Empat.

Widayat. 2013. *Metode Penelitian Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Press.

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian KTSualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT Galia.

Jurnal :

Ayu, Desak. 2017. “Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah”. Universitas Udayana, Bali : 6271-6297.

Febriana, Nina Indah. 2016. “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”. IAIN Tulungagung: 145-168.

Oktaviani, Evi. 2012. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya”. STIE Perbanas Surabaya: 171-184.

Pramana, Igi. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Veteran Denpasar Bali”. Universitas Udayana, Bali: 706-733.

Prasetyo, Bangun. 2007. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi)”.

Rastini, Ni Made. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali”. Universitas Udayana, Bali: 700-743.

Sa'diyah, Mahmudatus. 2013. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Mobile Banking Di Bank

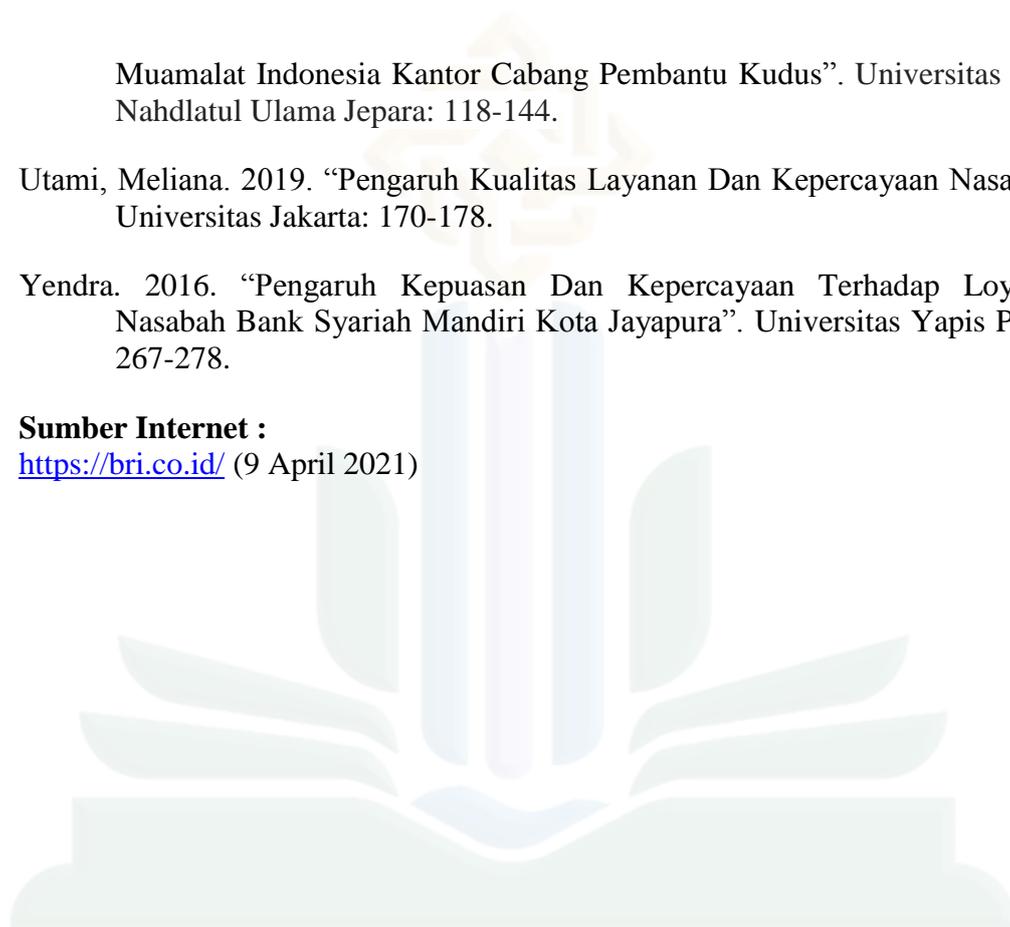
Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus”. Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara: 118-144.

Utami, Meliana. 2019. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah”. Universitas Jakarta: 170-178.

Yendra. 2016. “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Jayapura”. Universitas Yapis Papua: 267-278.

Sumber Internet :

<https://bri.co.id/> (9 April 2021)



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah	Hipotesis
Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BRI KC Jember	Kualitas Layanan (X1)	a. Kehandalan b. Ketanggepan c. Jaminan d. Empati e. Bukti langsung	1. Data primer, yaitu: a. angket 2. data sekunder, yaitu: a. dokumentasi b. Buku-buku c. internet d. dan sumber tertulis lainnya	1. peneliti kuantitatif 2. jenis penelitian analisis deskriptif 3. teknik pengambilan sampel menggunakan <i>simple random sampling</i> 4. analisis data: a. uji instrument data b. uji asumsi klasik c. analisis regresi linier berganda d. uji hipotesis 1) uji t (parsial) 2) uji f (simultan)	1. apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? 2. apakah ada pengaruh kepercayaan dengan loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? 3. apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember? 4. apakah ada pengaruh secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Jember?	Ha: terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah. H0: tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah
	Kepercayaan (X2)	a. Kehandalan b. Kejujuran c. Kepedulian d. Kredibilitas				
	Kepuasan (X3)	a. Kehandalan b. Kereponsifan c. Empati d. Berwujud				
	Loyalitas Nasabah (Y)	a. Melakukan pembelian secara teratur b. Merekomendasikan kepada orang lain c. Menggunakan jasa lain yang ditawarkan d. Tidak terpengaruh tawaran pesaing				

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/I
Di Tempat
Dengan Hormat,

Kuesioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah di BRI KC Jember”. Sebagai salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi program S1 Prodi Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Untuk itu saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban beberapa pertanyaan pengantar berikut dengan memberikan Silang (X) salah satu jawaban yang sesuai.

1. Nama:.....
2. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia:
 - a. Dibawah 20 tahun
 - b. 20-29 tahun
 - c. 30-39 tahun
 - d. 40-49 tahun
 - e. 50 tahun ke atas
4. Pekerjaan:
 - a. PNS
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta/Pedagang
 - d. Mahasiswa/Pelajar
 - e. Lainnya

Hormat Saya,

Rizki Amalia Imelda
NIM. E20171056

Daftar Pernyataan Responden

Berilah jawaban yang sesuai dengan pernyataan berikut dengan cara memberi tanda Centang (✓) pada kolom yang tersedia:

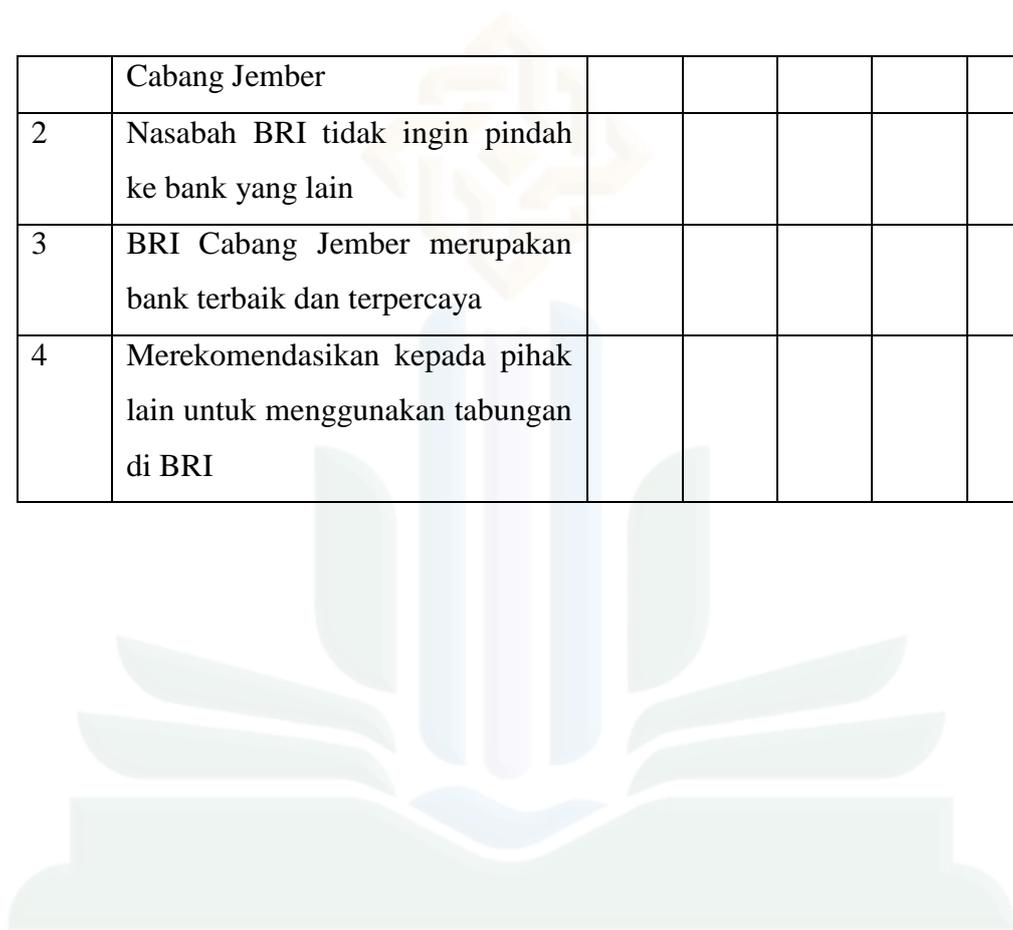
Keterangan pilihan jawaban yang disediakan adalah sebagai berikut:

SS	Sangat Setuju
S	Setuju
RR	Ragu-ragu
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

Kualitas Layanan (X1)						
NO	ITEM PERNYATAAN	PENILAIAN				
<i>Tangible (Bukti Lapangan)</i>		SS	S	RR	TS	STS
1	Kenyamanan ruangan BRI					
2	Kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki					
<i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i>						
1	Kesigapan dan kesiapan karyawan dalam memenuhi permintaan nasabah					
2	Karyawan BRI memberikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti					
3	Melakukan transaksi di BRI sangat mudah					
<i>Empaty (Empati)</i>						
1	Kesungguhan karyawan BRI dalam memperhatikan kepentingan nasabah					

2	Perlakuan kepada seluruh nasabah sama					
Reliability (Kehandalan)						
1	Pelayanan dari karyawan yang cepat dan siap membantu					
2	Kemudahan prosedur pelayanan BRI					
Kepercayaan (X2)						
NO	ITEM PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Karyawan BRI jujur dalam bekerja					
2	BRI adalah bank yang terpercaya					
3	Menurut saya, karyawan BRI adalah orang-orang yang handal dibidangnya					
4	Menurut saya, dana simpanan saya di BRI dijamin keamanannya					
Kepuasan (X3)						
NO	ITEM PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan sistem pelayanan yang diberikan BRI					
2	Saya merasa puas dengan fasilitas yang ada di BRI					
3	Saya merasa puas dengan transaksi di BRI					
4	Karyawan BRI sangat siap dalam melayani seluruh nasabah					
Loyalitas Nasabah (Y)						
NO	ITEM PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Menginformasikan kebaikan BRI					

	Cabang Jember					
2	Nasabah BRI tidak ingin pindah ke bank yang lain					
3	BRI Cabang Jember merupakan bank terbaik dan terpercaya					
4	Merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan tabungan di BRI					



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

LAMPIRAN 1
DATA ANGKET VARIABEL X1, X2, X3 DAN VARIABEL Y

No	Kualitas Layanan (X1)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1
1	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	5	5	5	5	4	4	5	5	4	42
19	5	5	5	4	4	5	5	4	4	41
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	4	3	4	4	4	3	3	4	4	33
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
23	4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
24	4	4	4	4	5	4	4	4	5	38
25	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
26	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
27	3	4	4	3	5	3	4	3	5	34
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
29	4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
31	5	4	4	4	5	5	4	4	5	40
32	4	5	4	4	4	5	5	4	4	39
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	4	4	4	4	5	4	4	4	5	38

36	4	5	5	4	5	4	5	4	5	41
37	4	4	5	4	5	5	4	4	5	40
38	5	4	3	4	4	4	4	4	4	36
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
42	4	5	4	4	5	5	5	4	5	41
43	4	5	4	4	4	5	5	4	4	39
44	4	4	4	5	5	4	4	5	5	40
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
46	5	5	5	5	2	5	5	5	2	39
47	4	3	4	4	4	5	3	4	4	35
48	4	4	3	4	5	4	4	4	5	37
49	4	3	4	3	4	4	3	3	4	32
50	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
51	3	4	4	3	4	5	4	3	4	34
52	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
56	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
57	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
58	4	5	4	5	5	4	5	5	5	42
59	5	4	4	4	5	4	4	4	5	39
60	4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
61	4	3	4	4	4	4	3	4	4	34
62	3	4	4	3	4	4	4	3	4	33
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
64	4	5	5	5	4	5	5	5	4	42
65	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
66	4	3	3	3	5	4	3	3	5	33
67	5	4	4	4	5	4	4	4	5	39
68	5	5	5	4	3	4	5	4	3	38
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
71	4	3	4	5	4	4	3	5	4	36
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

75	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
76	4	4	5	4	5	4	4	4	5	39
77	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
78	5	3	3	3	5	3	3	3	5	33
79	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
80	4	5	4	4	5	4	5	4	5	40
81	5	4	4	5	5	5	4	5	5	42
82	3	5	4	5	5	5	5	5	5	42
83	5	3	4	4	5	4	3	4	5	37
84	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
85	4	4	5	5	4	5	4	5	4	40
86	4	4	4	5	5	3	4	5	5	39
87	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
88	4	5	4	4	5	4	5	4	5	40
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
90	4	5	4	5	4	4	5	5	4	40
91	4	5	4	5	5	4	5	5	5	42
92	5	3	5	3	5	4	3	3	5	36
93	3	5	4	5	4	5	5	5	4	40
94	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
95	3	3	4	3	5	3	3	3	5	32
96	4	5	5	4	4	4	3	4	4	37

No	Kepercayaan (X2)				
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
1	3	4	5	4	16
2	5	3	4	4	16
3	5	5	4	5	19
4	3	4	3	3	13
5	5	5	5	5	20
6	4	5	3	3	15
7	3	4	3	4	14
8	5	5	4	4	18
9	5	5	5	4	19
10	5	4	4	5	18
11	4	5	4	5	18
12	3	5	5	3	16
13	5	5	5	5	20

14	5	5	4	5	19
15	2	1	2	3	8
16	3	3	3	3	12
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	3	15
19	4	4	4	4	16
20	4	4	3	3	14
21	5	5	3	3	16
22	5	5	4	4	18
23	5	5	5	5	20
24	3	5	5	4	17
25	5	5	5	4	19
26	5	5	5	4	19
27	4	4	4	4	16
28	2	4	3	2	11
29	4	5	4	4	17
30	5	5	4	5	19
31	5	5	4	5	19
32	5	5	4	4	18
33	2	3	2	1	8
34	3	3	3	3	12
35	3	4	3	4	14
36	5	5	5	5	20
37	3	4	3	3	13
38	5	5	4	5	19
39	4	5	5	5	19
40	4	5	4	5	18
41	4	5	4	4	17
42	5	5	5	5	20
43	3	4	3	3	13
44	3	5	4	3	15
45	4	5	4	3	16
46	5	5	5	5	20
47	4	5	4	5	18
48	5	5	5	4	19
49	4	4	4	4	16
50	4	5	4	3	16
51	3	4	3	5	15
52	3	4	4	3	14

53	4	5	4	2	15
54	4	4	3	3	14
55	5	5	5	3	18
56	5	5	5	5	20
57	4	5	3	3	15
58	3	3	3	3	12
59	3	3	3	3	12
60	5	5	5	5	20
61	4	4	5	3	16
62	3	4	2	3	12
63	5	5	5	5	20
64	5	5	4	4	18
65	5	5	4	5	19
66	4	5	3	4	16
67	5	5	4	3	17
68	4	3	2	3	12
69	4	4	4	4	16
70	5	5	3	3	16
71	4	4	3	3	14
72	4	4	2	3	13
73	4	4	3	4	15
74	3	4	4	3	14
75	4	3	4	3	14
76	3	5	3	4	15
77	3	4	5	4	16
78	4	3	3	3	13
79	3	3	2	3	11
80	3	4	3	4	14
81	3	4	3	4	14
82	4	5	3	5	17
83	5	4	3	3	15
84	4	5	4	4	17
85	3	4	3	5	15
86	3	4	4	4	15
87	4	3	4	3	14
88	5	4	3	4	16
89	3	5	3	4	15
90	5	4	3	4	16
91	3	4	3	3	13

92	4	4	3	3	14
93	4	4	3	4	15
94	4	3	3	3	13
95	4	4	5	4	17
96	4	4	4	3	15

No	Kepuasan (X3)				
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
1	4	3	4	5	16
2	4	4	3	4	15
3	4	5	4	5	18
4	4	5	4	4	17
5	5	5	4	5	19
6	4	5	5	4	18
7	3	3	4	4	14
8	4	4	5	4	17
9	5	4	4	5	18
10	5	5	3	5	18
11	5	5	4	4	18
12	3	3	3	4	13
13	5	5	5	5	20
14	4	5	4	5	18
15	2	2	3	3	10
16	3	3	4	4	14
17	4	5	4	4	17
18	4	4	3	3	14
19	4	4	4	4	16
20	4	4	2	4	14
21	4	4	3	4	15
22	4	5	4	5	18
23	5	5	5	5	20
24	5	4	4	5	18
25	5	5	5	5	20
26	5	4	5	5	19
27	4	4	4	4	16
28	2	2	5	2	11
29	5	5	5	5	20
30	5	4	5	5	19

31	4	5	3	5	17
32	5	5	4	5	19
33	3	2	1	3	9
34	3	4	3	4	14
35	3	4	4	4	15
36	4	4	1	5	14
37	4	5	3	4	16
38	4	5	5	5	19
39	5	5	3	5	18
40	4	5	4	5	18
41	4	5	4	4	17
42	4	4	3	3	14
43	3	3	3	3	12
44	4	4	3	4	15
45	4	5	3	4	16
46	4	4	3	5	16
47	5	4	5	5	19
48	5	4	5	4	18
49	4	4	4	4	16
50	4	4	3	4	15
51	4	3	5	4	16
52	4	4	3	4	15
53	4	4	4	4	16
54	4	3	3	3	13
55	5	5	3	5	18
56	5	5	1	5	16
57	5	5	3	5	18
58	3	3	3	3	12
59	1	3	1	2	7
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16
62	4	4	2	5	15
63	5	5	5	5	20
64	3	4	2	4	13
65	4	5	3	5	17
66	4	5	3	4	16
67	4	4	3	3	14
68	4	4	2	3	13
69	3	3	3	4	13

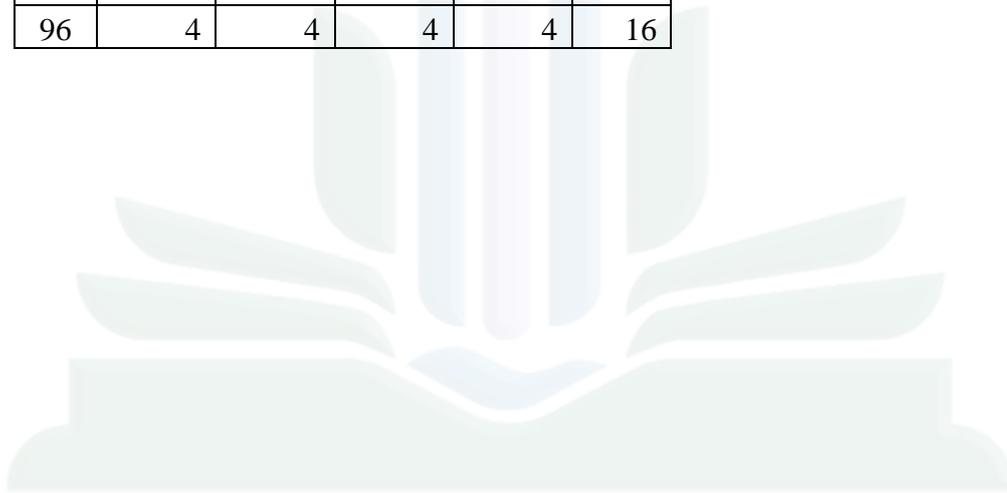
70	3	3	3	3	12
71	4	4	2	4	14
72	4	4	2	3	13
73	4	4	3	4	15
74	3	4	2	4	13
75	4	4	3	4	15
76	3	4	3	4	14
77	4	3	2	3	12
78	3	3	3	3	12
79	3	4	2	3	12
80	4	4	3	4	15
81	3	4	2	4	13
82	3	4	3	4	14
83	4	3	2	4	13
84	3	4	3	4	14
85	3	4	3	5	15
86	4	4	2	3	13
87	4	4	3	4	15
88	3	4	4	4	15
89	4	5	3	4	16
90	3	4	3	5	15
91	4	4	2	4	14
92	4	4	3	4	15
93	4	3	3	4	14
94	3	3	2	3	11
95	4	4	4	4	16
96	4	4	3	4	15

No	Loyalitas Nasabah (Y)				
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
1	4	4	4	4	16
2	5	5	5	4	19
3	5	5	5	4	19
4	4	4	3	4	15
5	4	4	4	5	17
6	5	4	4	4	17
7	3	3	3	3	12
8	4	4	4	4	16

9	4	4	3	3	14
10	4	5	5	5	19
11	5	4	4	5	18
12	3	4	3	3	13
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	3	4	3	3	13
16	2	3	2	2	9
17	4	4	4	4	16
18	2	2	2	2	8
19	4	4	4	4	16
20	4	4	3	3	14
21	3	4	2	2	11
22	4	4	4	4	16
23	5	5	5	5	20
24	3	4	4	4	15
25	5	4	5	4	18
26	4	4	4	4	16
27	3	4	4	4	15
28	1	2	2	1	6
29	4	5	4	5	18
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20
33	1	1	1	1	4
34	3	4	4	3	14
35	4	4	3	3	14
36	3	5	4	4	16
37	4	4	3	4	15
38	5	5	4	4	18
39	5	5	4	4	18
40	4	5	4	4	17
41	5	4	4	4	17
42	4	5	4	4	17
43	3	2	3	3	11
44	2	3	2	4	11
45	3	3	3	4	13
46	4	3	3	5	15
47	5	4	5	5	19

48	4	4	5	4	17
49	4	4	4	4	16
50	2	3	2	2	9
51	2	2	2	2	8
52	3	3	4	4	14
53	3	3	3	3	12
54	2	3	3	3	11
55	4	5	3	4	16
56	5	5	5	5	20
57	2	4	3	3	12
58	3	3	4	3	13
59	2	2	2	4	10
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16
62	3	3	2	3	11
63	5	5	5	5	20
64	4	4	5	4	17
65	4	5	4	5	18
66	4	4	5	4	17
67	4	3	3	3	13
68	3	2	2	3	10
69	3	3	4	4	14
70	2	3	3	3	11
71	4	4	4	3	15
72	3	4	4	3	14
73	4	4	3	4	15
74	4	3	3	4	14
75	4	4	3	3	14
76	3	3	4	4	14
77	3	4	4	3	14
78	3	3	4	4	14
79	3	3	4	4	14
80	4	3	3	3	13
81	3	4	4	3	14
82	4	3	4	4	15
83	3	3	4	4	14
84	3	3	4	4	14
85	3	3	4	4	14
86	4	3	3	4	14

87	3	3	4	4	14
88	3	4	4	3	14
89	3	4	4	4	15
90	4	4	4	4	16
91	3	3	3	3	12
92	3	3	4	4	14
93	3	3	3	3	12
94	3	3	3	4	13
95	4	5	4	4	17
96	4	4	4	4	16



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

LAMPIRAN 2

1. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data Variabel X1, X2, X3 dan Y)

a. Kualitas Layanan (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	Pearson Correlation	1	.068	.274**	.277**	.131
	Sig. (2-tailed)		.513	.007	.006	.202
	N	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.068	1	.405**	.539**	-.026
	Sig. (2-tailed)	.513		.000	.000	.804
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.274**	.405**	1	.382**	-.007
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.000	.948
	N	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.277**	.539**	.382**	1	.084
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.415
	N	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.131	-.026	-.007	.084	1
	Sig. (2-tailed)	.202	.804	.948	.415	
	N	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.186	.437**	.379*	.440**	.010
	Sig. (2-tailed)	.070	.000	.000	.000	.926
	N	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	.075	.943**	.340*	.543**	-.005
	Sig. (2-tailed)	.469	.000	.001	.000	.960
	N	96	96	96	96	96
X1.8	Pearson Correlation	.277**	.539**	.382**	1.000**	.084
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.415
	N	96	96	96	96	96
X1.9	Pearson Correlation	.131	-.026	-.007	.084	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.202	.804	.948	.415	.000
	N	96	96	96	96	96
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.418**	.729**	.556**	.799**	.409**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96

		Correlations				
		X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Kualitas Layanan
X1.1	Pearson Correlation	.186	.075	.277**	.131	.418**
	Sig. (2-tailed)	.070	.469	.006	.202	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.437**	.943**	.539**	-.026	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.804	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.379*	.340*	.382**	-.007	.556**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.948	.000
	N	96	96	96	96	96

X1.4	Pearson Correlation	.440**	.543**	1.000**	.084	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.415	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.010	-.005	.084	1.000**	.409**
	Sig. (2-tailed)	.926	.960	.415	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	1	.450**	.440**	.010	.614**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.926	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	.450**	1	.543**	-.005	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.960	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.8	Pearson Correlation	.440**	.543**	1	.084	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.415	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.9	Pearson Correlation	.010	-.005	.084	1	.409**
	Sig. (2-tailed)	.926	.960	.415		.000
	N	96	96	96	96	96
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.614**	.732**	.799**	.409**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	9

b. Kepercayaan (X2)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Kepercayaan
x2.1	Pearson Correlation	1	.538**	.491**	.492**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
x2.2	Pearson Correlation	.538**	1	.546**	.479**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000

	N	96	96	96	96	96
x2.3	Pearson Correlation	.491**	.546**	1	.490**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
x2.4	Pearson Correlation	.492**	.479**	.490**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Kepercayaan	Pearson Correlation	.796**	.795**	.801**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	4

c. Kepuasan (X3)

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	Kepuasan
x3.1	Pearson Correlation	1	.640**	.399**	.645**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
x3.2	Pearson Correlation	.640**	1	.285**	.639**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.000	.000

	N	96	96	96	96	96
x3.3	Pearson Correlation	.399**	.285**	1	.382**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
x3.4	Pearson Correlation	.645**	.639**	.382**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Kepuasan	Pearson Correlation	.832**	.784**	.712**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	4

d. Loyalitas Nasabah (Y)

Correlations

		y.1	y.2	y.3	y.4	Loyalitas Nasabah
y.1	Pearson Correlation	1	.745**	.715**	.724**	.905**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y.2	Pearson Correlation	.745**	1	.701**	.614**	.866**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y.3	Pearson Correlation	.715**	.701**	1	.743**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y.4	Pearson Correlation	.724**	.614**	.743**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	.905**	.866**	.894**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability Statistics

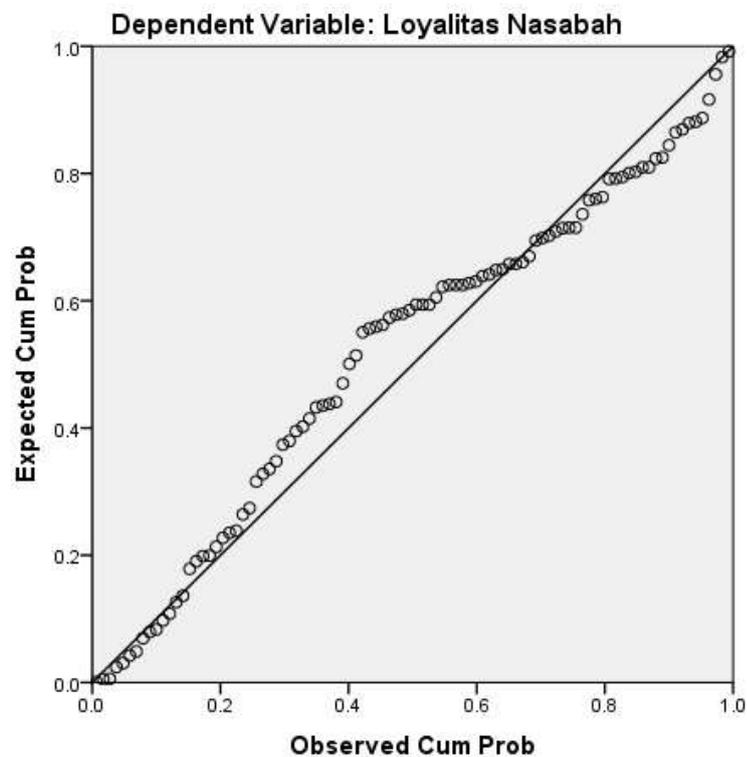
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	5

2. Hasil Output SPSS (Uji Normalitas)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



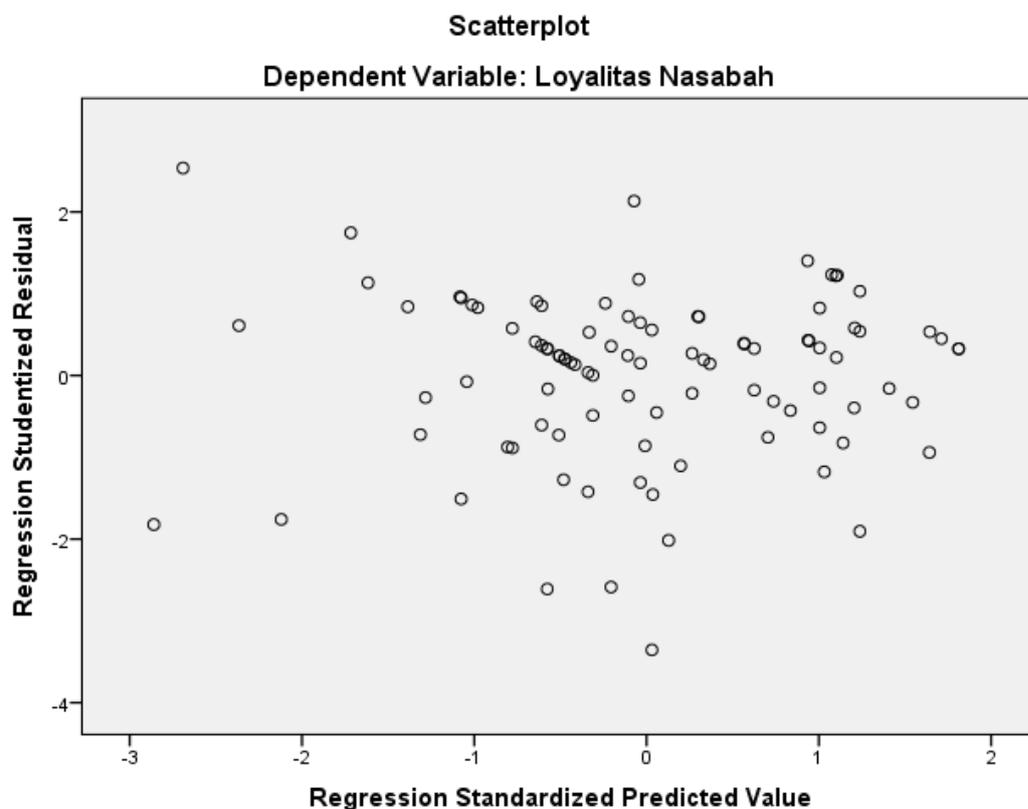
3. Hasil Output SPSS (Uji Multikolinieritas)

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	.988	1.012
	Kepercayaan	.446	2.244
	Kepuasan	.449	2.228

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

4. Hasil Output SPSS (Uji Heteroskedastisitas)



5. Hasil Output SPSS (Regresi Linier Berganda)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.061	2.927		.704	.483
	Kualitas Layanan	-.084	.070	-.079	-1.197	.234
	Kepercayaan	.588	.119	.486	4.937	.000
	Kepuasan	.428	.122	.345	3.515	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

6. Hasil Output SPSS (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.061	2.927		.704	.483
	Kualitas Layanan	-.084	.070	-.079	-1.197	.234
	Kepercayaan	.588	.119	.486	4.937	.000
	Kepuasan	.428	.122	.345	3.515	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

7. Hasil Output SPSS (Uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	601.660	3	200.553	46.506	.000 ^b
	Residual	396.746	92	4.312		
	Total	998.406	95			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas Layanan, Kepercayaan

8. Hasil Output SPSS (Uji R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.603	.590	2.077

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas Layanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

JEMBER

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Amalia Imelda

NIM : E20171056

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BRI KC Jember**" adalah benar-benarnya hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali bagian-bagian yang ada sumbernya.

Jember, 01 November 2021
Saya yang menyatakan


Rizki Amalia Imelda
E20171056

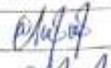
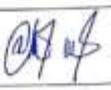
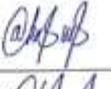
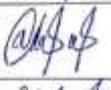
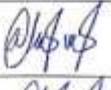
KH

JEMBER

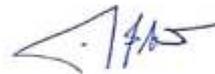
Q

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi penelitian: Jalan Jendral Ahmad Yani No. 1, Kp. Using, Jemberlor, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember.

No	Hari/Tanggal	Jadwal Kegiatan	Tanda Tangan
1	Kamis/15 April 2021	Menyerahkan surat izin penelitian	
2	Rabu/ 5 Mei 2021	Menindak lanjuti surat izin penelitian (ACC surat izin penelitian)	
3	Kamis/17 Juni 2021	Wawancara terkait sejarah, struktur, visi dan misi BRI KC Jember, sekaligus meminta izin untuk penyebaran kuesioner.	
4	Senin/ 21 Juni 2021	Menyebarkan kuesioner kepada nasabah BRI	
5	Selasa/ 22 Juni 2021	Menyebarkan kuesioner kepada nasabah BRI	
6	Rabu/ 23 Juni 2021	Menyebarkan kuesioner kepada nasabah BRI	
7	Kamis/ 24 Juni 2021	Menyebarkan kuesioner kepada nasabah BRI	
8	Senin/ 5 Juli 2021	Meminta surat izin selesai penelitian kepada SDM BRI KC Jember	

Jember, 23 Juli 2021



Mulikati
Manajer Operasional Layanan

KH
JEMBER
Q



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

Nomor : B- 168 /In.20/7.a/PP.00.9/04/2021
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Bank BRI KC Jember

di-

TEMPAT

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Pimpinan Bank BRI KC Jember untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Rizki Amalia Imelda
NIM : E20171056
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
No Telpn : 0895619425462
Dosen Pembimbing : Nurul Setianingrum,SE,MM
NIP : 196905231998032001
Judul Penelitian : "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Kasus PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jember)"

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 9 April 2021

a.n. Dekan,
Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 1968031999031002



PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk
KANTOR CABANG JEMBER
 Jalan A. Yani No. 1 Jember ☎(0331) 483258 Facs. 486484

Nomer : B.2050/KC-XVI/SDM/08/2021
 Lamp : -
 Perihal : *Keterangan Selesai Penelitian*

Jember, 2 Agustus 2021

Kepada Yth:
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 IAIN Jember
 Di
Jember

Sehubungan dengan telah selesainya Penelitian di Kanca BRI Jember, maka dengan ini kami menerangkan bahwa:

Nama/NIM : Rizki Amalia Imelda / E20171056
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam
 Judul Penelitian : "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BRI KC JEMBER"

Lokasi : PT.BRI (Persero) Tbk. Cabang Jember
 Lama Penelitian : 8 Hari

Bahwasannya yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Perusahaan Kami dengan baik selama 8 hari (Sesuai Jurnal penelitian terlampir).

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero)
KANTOR CABANG JEMBER /

MULIKATI
 Manajer Operasional Layanan

DOKUMENTASI



BIODATA PENULIS



DATA PRIBADI

Nama : Rizki Amalia Imelda
TTL : Jember, 23 September 1998
Alamat : Jalan Manggar Lingk. Puring RT 03 RW 01, Desa Slawu,
Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Handphone : 0895619425462
Email : rizkiamaliaimelda0@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN Gebang 03
2. SMPN 7 Jember
3. SMKN 1 Jember
4. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmas Siddiq Jember

PENGALAMAN ORGANISASI

1. Anggota OSIS SMPN 7 Jember
2. Anggota OSIS SMKN 1 Jember
3. PMII Komisariat IAIN Jember
4. Anggota SEMA FEBI IAIN Jember