

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE*,
TINGKAT KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN NASABAH
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENSIUNAN
BANK BTPN KANTOR CABANG PEMBANTU
PROBOLINGGO**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

Shidqi Hamka Maulana
E20191212

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE*,
TINGKAT KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN NASABAH
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENSIUNAN
BANK BTPN KANTOR CABANG PEMBANTU
PROBOLINGGO**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program studi Perbankan Syariah

Oleh:

Shidqi hamka Maulana
NIM. E20191212

Disetujui Pembimbing
Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si.
NIP. 197403122003121008

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE*,
TINGKAT KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN NASABAH
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENSIUNAN
BANK BTPN KANTOR CABANG PEMBANTU
PROBOLINGGO**

SKRIPSI

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

Hari : Jum'at
Tanggal : 23 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

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

Mashudi, M.E.I
NUP.201603134

Anggota :

1. Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I ()

2. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si ()

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khandan/Rifa'i, S.E., M.Si

NIP.196808072000031001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا قَوَّامًا سَدِيدًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan berkatalah perkataan yang benar (QS. Al-Ahzab 33;70).¹



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

¹ Al-Qur'an, 33:70

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya sampaikan rasa terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ayah Suwanto dan Ibu Murtini, saya persembahkan karya kecil ini sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada hingga atas dukungan dan kasih sayang yang sangat tulus. Untuk Ayah, terimakasih selalu memberi dukungan, kasih sayang yang tulus, restu dan motivasi yang telah membimbing saya sampai saat ini. Untuk Ibu, terimakasih atas kesabaran yang diberikan kepada saya sejak dalam kandungan, terima kasih atas kasih sayang yang telah diberikan, serta do'a senantiasa dipanjatkan untuk kebaikan anaknya, Semoga Allah mengasihimu sebagaimana engkau mengasihiku.
2. Untuk adikku Rizma Nadzifa Amalia, yang selalu memberikan do'a, dukungan serta kasih sayang hingga saat ini. Semoga kita menjadi anak yang dapat membanggakan kedua orang tua.
3. Untuk Hanifatuz Zahro', yang selalu memberi dukungan, kebaikan, dan perhatian selama proses pengerjaan skripsi dan sampai saat ini.
4. Untuk sahabat terbaikku, Bagus Satrio, Febri Hamdani, dan Nurrohman Jaylani yang menemani selama hampir empat tahun dan senantiasa memberikan motivasi untuk menjadi lebih baik.
5. Untuk teman-teman perbankan syariah kelas perbankan syariah 5, yang selalu memberi semangat, dan menjadi teman terbaik untuk saya selama menempuh pendidikan sarjana.
6. Untuk almamaterku Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember, terima kasih telah menjadi kawah candradimuka dan menjadikan saya pribadi yang lebih baik.

Terima kasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat diselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Dr. Khamdan Rifa'i, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I selaku ketua jurusan Ekonomi Islam.
4. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M selaku Koordinator Proram Studi Perbankan Syariah.
5. Muhammad Saiful Anam, M.Ag., selaku dosen penasehat akademik.
6. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember yang telah memberikan bekal ilmu dan jasa.
8. Seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.

9. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebut satu persatu.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT.

Jember, 08 Mei 2023



Shidqi Hamka Maulana
NIM. E20191212

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

ABSTRAK

Shidqi Hamka Maulana, 2023: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service, Tingkat Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.”

Loyalitas seorang nasabah akan berdampak terhadap keberlanjutan dari langganan mereka terhadap suatu produk dan jasa pada Bank tertentu. Hal itu tidak terlepas dari aspek kualitas pelayanan yang diberikan oleh *customer service*, tingkat kepercayaan nasabah dan kepuasan para nasabah.

Rumusan masalah penelitian ini adalah: 1) Apakah kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?. 2) Apakah tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?. 3) Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?. 4) Apakah kualitas pelayanan *customer service*, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo. 2) Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo. 3) Untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo. 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service*, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sumber data primer menggunakan kuesioner, sampel dalam penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan *Simple Random Sampling*. Analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolonieritas, Uji Hipotesis, Uji T (parsial), Uji F (Simultan), Uji R^2 , dan Analisis Regresi Linier Berganda. Proses pengolahan data menggunakan SPSS versi 26.0.

Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa 1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah. 2) tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah. 3) kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas. 4) kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1. Variabel Penelitian	10
2. Indikator Penelitian	11
F. Definisi Operasional.....	12
G. Asumsi Penelitian.....	15
H. Hipotesis.....	16

I. Sistematika Pembahasan	17
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Kajian Teori	41
1. Kualitas Pelayanan.....	41
2. Tingkat Kepercayaan	49
3. Kepuasan Nasabah	52
4. Loyalitas Nasabah	58
BAB III METODE PENELITIAN	66
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	66
B. Populasi dan Sampel	67
C. Teknik Instrumen Pengumpulan data.....	69
D. Analisis Data	70
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	82
A. Gambaran Obyek Penelitian	82
1. Profil Bank BTPN	82
2. Sejarah Bank BTPN.....	83
3. Visi Misi	87
4. Nilai-Nilai Utama	87
5. Makna Logo.....	88
6. Struktur Organisasi	89
7. Kegiatan Pokok Perusahaan	93
B. Penyajian Data.....	120

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	121
1. Uji Statistik Deskriptif	122
2. Uji Intrumen Data	123
a. Uji Validitas	123
b. Uji Reliabilitas	126
3. Uji Asumsi Klasik	127
a. Uji Normalitas	127
b. Uji Heteroskedastisitas	128
c. Uji Multikolinieritas	131
4. Uji Hipotesis	132
a. Uji T (Parsial)	132
b. Uji F (Simultan)	134
c. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	135
d. Analisis Regresi Linier Berganda	135
D. Pembahasan	140
BAB V PENUTUP	149
A. Kesimpulan	149
B. Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	154

DAFTAR TABEL

1.1 Data Jumlah Nasabah.....	3
1.2 Indikator Penelitian	11
1.3 Kerangka Berfikir	15
2.1 Penelitian Terdahulu Variabel X1 terhadap Y	35
2.2 Penelitian Terdahulu Variabel X2 terhadap Y	37
2.3 Penelitian Terdahulu Variabel X3 terhadap Y	39
3.1 Tingkat Penilaian dan Jawaban.....	70
4.1 Data Sampel yang di Peroleh	120
4.2 Distribusi Penyebaran Kuesioner	121
4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif	122
4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	123
4.5 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepercayaan	124
4.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah	125
4.7 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah	126
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	127
4.9 Hasil Uji Normalitas	128
4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Gletser	129
4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	130
4.12 Hasil Uji Multikolonieritas Semua Variabel.....	131
4.13 Hasil Uji T.....	132
4.14 Hasil Uji F.....	134
4.15 Hasil Uji R^2	136
4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	137

DAFTAR GAMBAR

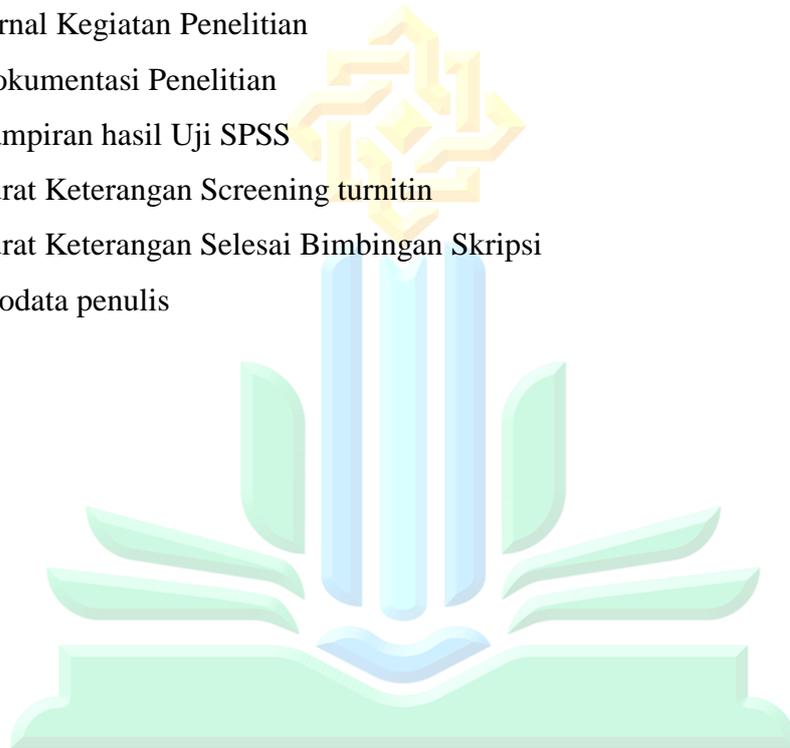
4.1 logo Bank BTPN.....	88
-------------------------	----



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

LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Surat Pernyataan Keaslian Penulisan
3. Angket / Kuesioner Penelitian
4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan Penelitian
7. Dokumentasi Penelitian
8. Lampiran hasil Uji SPSS
9. Surat Keterangan Screening turnitin
10. Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi
11. Biodata penulis



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah sebuah lembaga keuangan yang bergerak dalam menghimpun dan menyalurkan dana serta memberikan jasa pelayanan kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sebagai lembaga keuangan yang mendapatkan kepercayaan masyarakat atas dananya, bank bertujuan untuk menarik sebanyak mungkin kepentingan ekonomi dalam bentuk suku bunga yang tinggi, premi dan imbalan yang menarik yang akan diberikan kepada nasabahnya. Berbagai cara dilakukan Bank dengan tujuan meningkatkan penghimpunan dana dari masyarakat salah satu caranya adalah meningkatkan volume (kapasitas nasabah).²

Nasabah merupakan asset yang paling berharga bagi setiap bank. Oleh karena itu, bank berusaha untuk menjaga loyalitas nasabah, karena dengan adanya nasabah yang loyal akan berdampak terhadap keberlanjutan dari langganan mereka terhadap suatu produk dan jasa pada Bank tertentu. Untuk menjaga loyalitas setiap nasabah, maka perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan jaminan terbaik yang menjamin loyalitas nasabah.

Kualitas Pelayanan merupakan suatu hal yang penting dalam menghadapi nasabah yang membutuhkan perhatian dan pelayanan yang tinggi.

² Karnaen Parwataatmadja, *Membuktikan Ekonomi Islam di Indonesia*. (Depok: Usaha kami, 1996), 179.

Pelayanan yang diberikan harus selaras dengan kebutuhan nasabah. *Customer service* hadir sebagai alat untuk membangun hubungan yang baik dengan nasabah. *Customer service* merupakan ujung tombak suatu bank yang memberikan pelayanan langsung terhadap calon nasabah dan nasabahnya. *Customer service* dibekali kemampuan untuk menghadapi segala jenis nasabah dengan karakter masing-masing yang dimiliki oleh setiap nasabah, terutama nasabah pensiunan yang memiliki karakter yang berbeda-beda ada yang penyabar, pendiem, pelupa, pemarah, agresif, sensitif, dan masing-masing karakter disini harus didekati dengan metode yang berbeda-beda pula. Dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah pensiunan.

Penjabaran nilai dari kualitas pelayanan *customer service*, diantaranya tersedianya sarana prasarana yang baik, tersedia personil yang baik, bertanggungjawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi, memberi jaminan kerahasiaan setiap transaksi, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, berusaha memahami kebutuhan pelanggan dan mampu memberi kepercayaan kepada pelanggan.³ Yang mana hal tersebut dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pensiunan Bank BTPN kantor cabang pembantu Probolinggo. Pertumbuhan nasabah pensiunan Bank BTPN kantor cabang pembantu dapat menjadi bukti bahwa kualitas pelayanan *customer service* diberikan dengan baik terhadap nasabah pensiunan. Berikut jumlah nasabah

³ Kasmir, "Etika Customer Service" (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2005).

Bank BTPN kantor cabang pembantu Probolinggo selama lima tahun terakhir (2018-2022):

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah (2018-2022)

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	4395
2019	4430
2020	4450
2021	4225
2022	4375

Sumber: Bank BTPN KCP Probolinggo

Dari data tabel diatas dapat dilihat jumlah nasabah pensiunan pada tahun 2018 sampai 2020 mengalami kenaikan, lalu mengalami penurunan pada tahun 2021 namun kembali mengalami kenaikan pada tahun 2021. Hal ini disebabkan *customer service* Bank BTPN kantor cabang pembantu Probolinggo terus meningkatkan kualitas pelayanan yang mana nantinya membuat nasabah pensiunan puas terhadap layanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan juga terkait dengan kepuasan nasabah yang lebih tinggi, sehingga program peningkatan kualitas umumnya lebih menguntungkan. Bank perlu memantau tingkat kepuasan nasabah untuk memastikan bahwa hubungan nasabah yang memuaskan dibangun secara konsisten. Bank harus mampu mengidentifikasi nasabahnya dan memahami tingkat persepsi dan ekspektasi kualitas layanannya agar dapat memberikan layanan berkualitas yang mengarah pada kepuasan nasabah.⁴

⁴ Prawiro Sentono, *Manajemen Operasi Analisis dan Studi kasus*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 308.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan para nasabah pensiunan, perusahaan melakukan perbaikan kualitas jasa yang berperan dalam menentukan keberhasilan menjadi *mass market* disegmen pensiunan yang peduli terhadap para pensiunan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, yang mengerti terhadap para pensiunan serta mampu memberikan kepercayaan terhadap nasabah pensiunan.

Kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk dan pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya. Karena apabila nasabah atau konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi nasabah. Nasabah yang puas, percaya dan berkomitmen terhadap barang/ jasa, serta semakin loyal terhadap barang / jasa tersebut. Dan pada akhirnya terbentuklah hubungan jangka panjang antara konsumen dengan produsen. Konsekuensi keterkaitan ini maka kedua belah pihak dituntut untuk konsisten terhadap keterhubungan tersebut.⁵

Salah satu hal terpenting untuk mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pensiunan, seorang nasabah hendaknya dapat memilih

⁵ Stefanus, "Analisis kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah pengunjung Plaza tunjungan Surabaya". *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi*. Vol 14 no 2,(2008)

industri perbankan yang lebih fokus pada satu segmen yang berhubungan pensiunan serta memiliki pengalaman lebih dibidangnya. Untuk itu faktor dalam pemilihan perbankan adalah penting dalam arti bahwa nasabah menunjukkan kriteria yang penting untuk kepuasan pelanggan. karena keputusan nasabah untuk memilih produk tabungan dari suatu Bank tidak terlepas dari kualitas pelayanan yang didapatkan.

Bank pensiunan merupakan bank yang unik, berbeda dengan bank pada umumnya, Bank pensiunan dengan nasabah yang berusia kurang lebih 55 tahun, yang membutuhkan pelayanan yang ekstra disbanding dengan bank pada umumnya. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) adalah sebuah Bank anak usaha Sumitomo Mitsui Banking corporation yang berkantor di Jakarta. Bank yang sebelumnya merupakan PT. Pegawai pensiunan militer (1958-1986) lalu mendapatkan izin sebagai Bank Umum dan berubah nama menjadi Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN).⁶

Dipilihnya Bank BTPN sebagai objek penelitian karena Bank BTPN merupakan salah satu lembaga bank yang lebih fokus pada satu segmen yang berhubungan dengan pensiunan serta memiliki pengalaman yang lebih dibidangnya. dan juga fokus penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* yang nantinya berpengaruh kepada loyalitas dan keputusan nasabah pensiunan menabung. Dan hasil wawancara dengan Kustin Sonya Benita yang mengatakan bahwa *Customer Service* Bank BTPN mendapatkan penghargaan

⁶ Bank BTPN, *Sekilas BTPN*: BTPN, <https://www.btpn.com/id/tentang-kami/sekilas-btpn>, diakses pada Selasa 25 Oktober pukul 15.29

sebagai *customer service* terbaik Bank BTPN di Indonesia dalam kompetisi Bank BTPN *Service Ambassador* 2022 menjadi salah satu alasan saya memilih Bank BTPN Kcp Probolinggo sebagai objek penelitian.⁷ Maka dari itu peneliti berharap dapat lebih jelas dalam mendapatkan info yang diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanan seorang *customer service* yang terbaik. Sehingga dapat membantu peneliti dalam mengetahui serta menyelesaikan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan *customer service*, keputusan menabung, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan di Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor cabang pembantu Probolinggo.

Beberapa peneliti juga pernah melakukan penelitian Elya Shova Virga yang melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan menjelaskan bahwa kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.⁸

Berdasarkan paparan latar belakang yang diungkapkan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas dan keputusan nasabah menabung. Dengan judul **“Pengaruh Kualitas pelayanan *Customer Service*, Tingkat Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas**

⁷ Kustin Sonya Benita, diwawancara oleh Shidqi Hamka Maulana, Probolinggo, 13 November 2022.

⁸ Elya Shova Virga. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Madura, 2021)

Nasabah Pensiunan di Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka pokok permasalahan yang akan peneliti angkat sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?
2. Apakah tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?
4. Apakah kualitas pelayanan *customer service*, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian adalah pangkal dari sebuah usaha, oleh karena itu perlu disebut lebih jelas. Tujuan yang akan dicapai oleh penulis pada pembahasan ini secara umum adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo
3. Untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service*, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dibidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah yang berhubungan dengan perbankan tentang pengaruh kualitas pelayanan *customer service*, tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah, memperdalam dan memperluas pengetahuan peneliti yang selama ini dipelajari dibangku kuliah dan untuk mengetahui bagaimana fakta dilapangan tentang kinerja karyawan dalam jasa perbankan. Dan juga untuk menambah wawasan dan pengetahuan dibidang pelayanan perbankan, khususnya dalam kualitas pelayanan *customer service*, tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan.

b. Bagi Almamater UIN KHAS Jember.

Dapat digunakan untuk menambah dan memberikan informasi serta menjadikan koleksi kajian dan menjadi referensi tambahan jika ada penelitian lebih lanjut tentang kualitas pelayanan *customer service*, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan.

c. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu bahan informasi dan sebagai salah satu langkah untuk meningkatkan kinerja karyawan mengenai pengaruh kualitas pelayanan *customer service*, tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel penelitian

Pada bagian ini peneliti harus menentukan variabel secara jelas dan tegas. Mana yang menjadi variabel bebas dan mana variabel terikatnya.⁹

Pada variabel penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua variabel, yaitu: variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

a. Variabel Independent

Variabel independen juga bisa disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat), variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kualitas Pelayanan (X1)
- 2) Tingkat Kepercayaan (X2)
- 3) Kepuasan Nasabah (X3)

b. Variabel Dependent

Variabel dependent juga bisa disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah:

- 1) Loyalitas (Y)

⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember, IAIN Jember, 2018), 380.

2. Indikator penelitian

Tabel 1.2
Indikator Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Referensi
Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service, Tingkat Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.	Kualitas Pelayanan (X1)	a. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) b. Keandalan (<i>Reliability</i>) c. Jaminan (<i>Assurance</i>) d. Empati (<i>Empathy</i>) e. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	a. Parasuraman (1988)
	Tingkat Kepercayaan (X2)	a. Karyawan jujur dalam bekerja. b. Perusahaan yang terpercaya. c. Selalu memberikan pelayanan yang berkualitas. d. Selalu memberikan pelayanan sesuai harapan.	a. Fandy Tjiptono (2014)
	Kepuasan Nasabah (X3)	a. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) b. Selalu membeli produk c. Akan merekomendasikan kepada orang lain. d. Terpenuhi harapan pelanggan setelah memberi produk.	a. Syaifullah dan Mira (2019)

Judul	Variabel	Indikator	Referensi
	Loyalitas (Y)	a. Para Nasabah menggunakan kembali produk-produk Bank (<i>Re-Purchase</i>). b. Para Nasabah menambah menggunakan produk-produk yang lain yang ditawarkan Bank (<i>Buying between product line and service</i>). c. Para Nasabah merekomendasikan produk Bank ke orang lain (<i>refer to others</i>). d. Para nasabah menolak untuk mengakui adanya jenis-jenis produk bank lain (<i>Immunity against Competitors</i>)	a. Griffin (2005)

Sumber : data diolah oleh peneliti

F. Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah definisi yang digunakan sebagai pijakan pengukuran secara empiris terhadap variabel penelitian dengan rumusan yang didasarkan pada indikator variabel.¹⁰ Berikut definisi operasional dari variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian:

¹⁰ Tim Penyusun, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah ". (Jember: IAIN Jember Press, 2018). 38.

1. Kualitas Pelayanan.

a. Kualitas (Quality)

Kualitas adalah sesuatu yang perlu dilakukan oleh penyedia layanan dengan benar. Kualitas menurut Kotler secara istilah adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.¹¹

b. Pelayanan (Service)

Pelayanan yang baik atau excellent service adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi, konsisten dan akurat (reliable) selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan. Berorientasi kepada kepuasan pelanggan, selalu mengikuti perkembangan standar internasional / ISO, dan menerapkan manajemen mutu total / konsistensi dan kesadaran mutu tinggi (*high quality consciousness*) seperti *customer orientation* (fokus pelanggan), *QC-Circles* (Siklus kendali mutu), *Automation* (otomatisasi), *discipline in the workplace* (disiplin), *Quality Improvement* (perbaikan mutu), *zero defect* (kerusakan nol), dan sebagainya.¹²

2. Tingkat Kepercayaan

Menurut Kotler, Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan didasarkan pada pengetahuan dan opini. Kepercayaan merupakan tingkat kepastian

¹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeka, 2005) , 95.

¹² Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) ,

konsumen ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dari pelaku pasar dan teman-temannya. Kepercayaan bisa mendorong maksud untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan.¹³

3. Kepuasan Nasabah.

Kepuasan nasabah adalah suatu keadaan dimana harapan sesuai dengan kenyataan yang diterima dan apabila jauh di bawah harapan maka akan kecewa begitupun sebaliknya jika telah dipenuhi harapannya maka nasabah akan merasakan puas. Menurut Kotler, kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya¹⁴

4. Loyalitas.

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya. Istilah loyalitas sering diperdengarkan oleh pakar pemasaran maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak dan mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetap menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya.¹⁵

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

¹⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2012), 263.

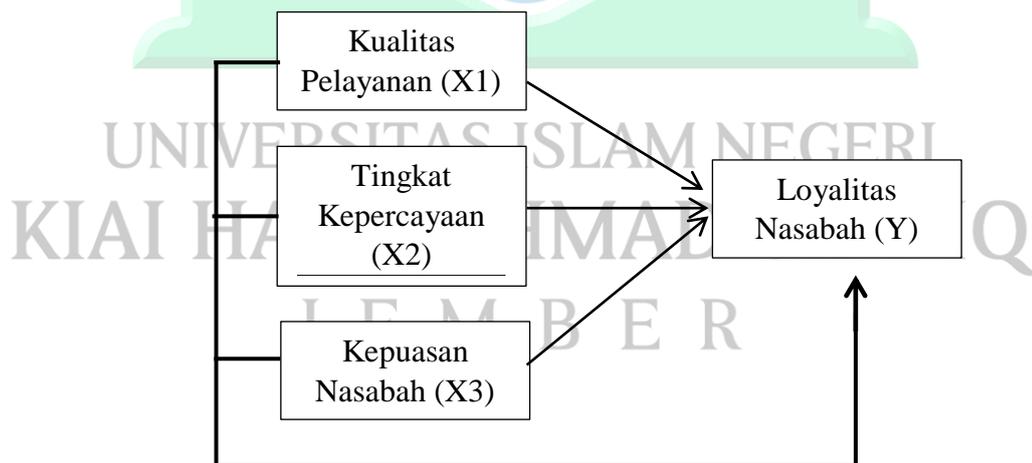
¹⁵ Mali Hasan, *Marketing*, (Yogyakarta: Media Utama, 2008) , 55.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian juga bisa disebut anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum melangkah mengumpulkan data.¹⁶ Variabel-variabel independen yang digunakan penelitian dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah. Yang mana variabel tersebut digunakan untuk melihat pengaruh Loyalitas Nasabah Pensiunan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

Jadi, asumsi dari peneliti ini menyatakan Kualitas Pelayanan *Customer Service*, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pensiunan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

Tabel 1.3 : Kerangka Berfikir



: diolah 2023

¹⁶ Tim Penyusun, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah". (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 39.

Keterangan: → Secara Parsial

→ Secara Simultan

H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis merupakan rangkuman dari kesimpulan kesimpulan teoritis yang diperoleh dari penelaahan kepustakaan. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin.¹⁷

Berdasarkan definisi tersebut, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

H₀ : $b_1 = 0$ Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah.

H_a : $b_1 \neq 0$ Kualitas Pelayanan secara parsial mempengaruhi loyalitas nasabah

2. Variabel Tingkat Kepercayaan (X2)

H₀ : $b_2 = 0$ Tingkat Kepercayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah

H_a : $b_2 \neq 0$ Tingkat Kepercayaan secara parsial mempengaruhi loyalitas nasabah

¹⁷ I Made Wirartha, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi* (Yogyakarta: CV. Andi Offest, 2006), 214.

3. Variabel Kepuasan Nasabah (X3)

H₀ : $b_3 = 0$ Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan

H_a : $b_3 \neq 0$ Kepuasan Nasabah secara parsial mempengaruhi loyalitas nasabah

4. Secara Simultan.

H₀ : $b_1 = b_2 = b_3 = 0$ Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah.

H_a : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah secara simultan mempengaruhi Loyalitas Nasabah.

I. Sistematika Pembahasan

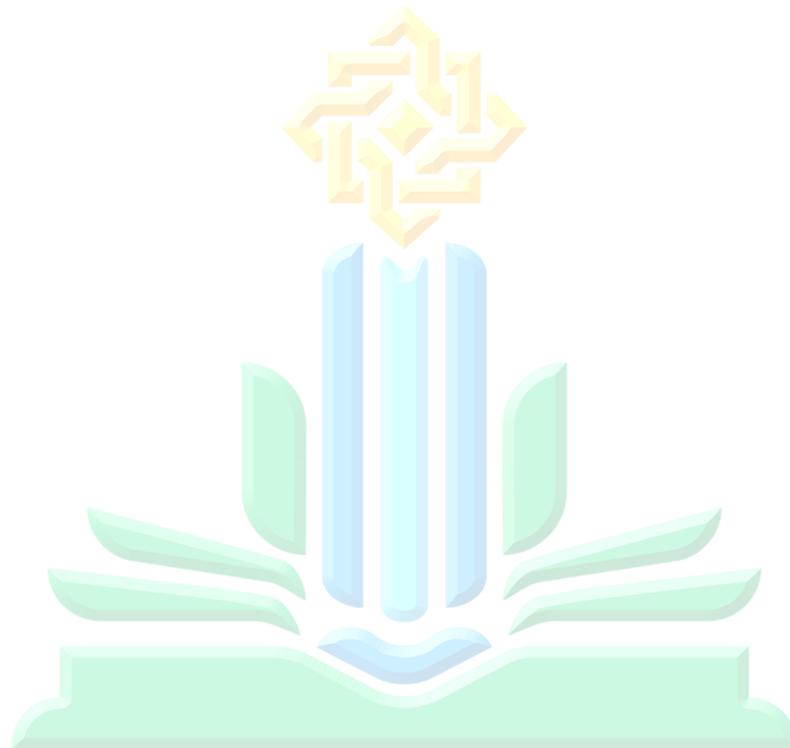
Berisi tentang deskripsi alur pembahasan yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk naratif, bukan seperti daftar isi. Adapun sistematika pembahasan penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 (empat) bab, dan masing-masing bab akan dibagi menjadi sub-sub bab sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, pada bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian, Definisi Operasional, Asumsi Penelitian, Hipotesis, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, pada bab ini membahas tentang 10 kajian terdahulu dan kajian teori.

Bab III Penyajian data, pada bab ini membahas tentang Penyajian Data dan Analisis yang meliputi Gambaran Obyek Penelitian, Penyajian Data, Analisis dan Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.

Bab IV Penutup, pada bab ini membahas tentang Penutup yang meliputi Kesimpulan dan Saran-saran



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

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Elya Shova Virga tentang “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan*”.¹⁸ Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan *Kuantitatif Kausal* dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling*. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel dari keseluruhan populasi penelitian dengan menyebar kuisioner. Analisis data yang digunakan adalah Uji t yang bertujuan untuk pengujian secara parsial, dan uji determinasi yang bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi terkait, serta menjelaskan besarnya kontribusi atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian berdasarkan regresi linier sederhana yaitu kualitas pelayanan *Customer Service* sebagai variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen loyalitas nasabah.

¹⁸ Elya Shova Virga. “Pengaruh kualitas pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Madura, 2021)

2. Penelitian yang dilakukan oleh Fifin Anggraini tentang “*Pengaruh Harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan pelanggan pada konsumen gojek*”.¹⁹ Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, promosi, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan oleh Gojek. Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Promosi berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

¹⁹ Fifin Anggraini. “*Pengaruh Harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan pelanggan pada konsumen gojek*”. (Jurnal JUPE Vol. 8, No. 03, 2020), 86-94

3. Penelitian yang dilakukan oleh Mariana Puspa Dewi tentang “*Pengaruh persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan konsumen pada RM. Wongsolo Malang*”²⁰. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan bentuk hubungan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen di RM. Wong Solo Malang. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah accidental sampling. Analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, 3) Persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 4) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 5) Kepuasan konsumen memediasi pengaruh persepsi harga maupun kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Kholil tentang “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk simpanan di BMT Al-Hikmah Cabang Ngemplak Undaan Kudus*”.²¹ Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan promosi

²⁰ Mariana Puspa Dewi, “*Pengaruh persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan konsumen pada RM. Wongsolo Malang*”, (Jurnal Iqtishoduna Vol 16, No.2, 2020), 167-190

²¹ Muhammad Kholil, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk simpanan di BMT Al-Hikmah Cabang Ngemplak Undaan Kudus*”, (Skripsi Institusi Agama Islam Negeri Kudus, 2020).

terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al-Hikmah Cabang Ngemplak Undaan Kudus. Penelitian ini menggunakan *kuantitatif* dengan metode *Field Research* dan menggunakan sampel *Incidental sampling*. Sumber data primer disebar melalui kuisisioner kepada para anggota sejumlah 80 responden yang melakukan pembiayaan Mudharabah di BMT Syariah Sejahtera, data sekunder diambil dari data dokumentasi BMT Al-Hikmah Cabang Ngemplak Undaan Kudus. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner sedangkan untuk analisis data menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al-Hikmah cabang Ngemplak Undaan Kudus. (2) Variabel Kepercayaan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al-Hikmah cabang Ngemplak Undaan Kudus. (3) Variabel Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al-Hikmah cabang Ngemplak Undaan Kudus. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, Kepercayaan, Promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al-Hikmah Kudus.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nabilah Alya Insani tentang “*Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan gofood di kota Bandung*”.²² Penelitian ini mengeksplorasi dampak kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas konsumen kepada GoFood. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai estimasi dan skala Likert. Untuk penelitian ini populasi adalah pengguna GoFood dengan pilihan 150 pengguna GoFood yang tinggal untuk Kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan SPSS 22 For Windows. Bergantung pada pemeriksaan hipotesis, variabel kualitas layanan memiliki nilai: 7,090 (hingga) > 1,65536 (t_{α}), dampak positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, untuk variabel harga: 2,912 (ke) > 1,65536 (t_{α}), positif dan dampak signifikan pada variabel loyalitas pelanggan, dan nilai untuk variabel promosi: 5,743 (ke) > 1,65536 (t_{α}), pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Willyanto Agiesta tentang “*Pengaruh kualitas pelayanan, dan Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KA lokal Bandung Raya*”.²³ Tujuan dilakukannya riset ini yakni untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan

²² Nabilah Alya Insani, “*Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan gofood di kota Bandung*”, (Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Vol. 4, No. 3, 2020), 112-122

²³ Willyanto Agiesta, “*Pengaruh kualitas pelayanan, dan Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KA lokal Bandung Raya*”, (Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Vol. 5, No. 2, 2021), 1653-1664

pelanggan (X2) secara simultan maupun parsial terhadap loyaltitas pelanggan (Y) penumpang kereta api lokal bandung raya di daerah operasi 2 Bandung. Sampel yang diambil pada riset ini sejumlah 100 orang. Teknik pada riset ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari pengujian secara simultan ini menunjukkan kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyaltitas pelanggan (Y), sedangkan pada uji t secara parsial kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap loyaltitas pelanggan (Y), namun kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh besar terhadap loyaltitas pelanggan (Y). Dalam hal ini kemampuan variabel bebas yakni variabel (X1) dan variabel (X2) memiliki pengaruh sebesar 55%, sedangkan 45% lainnya dijelaskan dan dipengaruhi oleh faktor lain.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Sof'an tentang "*Pengaruh kualitas jasa syariah, kualitas produk, nilai nasabah, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di bank muamalat Indonesia cabang Kudus*".²⁴ Tujuan penelitian ini adalah: pertama, untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas jasa syariah Bank Muamalat Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kedua, untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk Bank Muamalat Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Ketiga, untuk menguji secara empiris pengaruh nilai nasabah Bank Muamalat Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Keempat, Untuk menguji secara empiris pengaruh

²⁴ Mohammad Sof'an, "*Pengaruh kualitas jasa syariah, kualitas produk, nilai nasabah, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di bank muamalat Indonesia cabang Kudus*", (Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam Vol. 1, No. 1, 2021), 67-81

kepuasan nasabah Bank Muamalat Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan field research dengan metode angket yang disebarakan langsung pada nasabah Bank Muamalat Kudus sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun hasil temuan penelitian ini adalah: pertama, Kualitas Jasa Syariah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Kudus ini dibuktikan dari hasil nilai thitung $>$ ttabel. Hal ini terlihat nilai thitung sebesar $3,034 >$ ttabel sebesar $1,984$ dengan taraf signifikansi di bawah 5% . Kedua, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Kudus ini dibuktikan dari hasil nilai thitung $>$ ttabel. Hal ini terlihat nilai thitung sebesar $3,166 >$ ttabel sebesar $1,984$ dengan taraf signifikansi di bawah 5% . Ketiga, nilai nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada nasabah Bank Muamalat Kudus ini dibuktikan dari hasil nilai thitung $>$ ttabel. Hal ini terlihat nilai thitung sebesar $2,976 >$ ttabel sebesar $1,984$ dengan taraf signifikansi di bawah 5% . Keempat, kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Kudus ini dibuktikan dari hasil nilai thitung $>$ ttabel. Hal ini terlihat nilai thitung sebesar $2,799 >$ ttabel sebesar $1,984$ dengan taraf signifikansi di bawah 5% .

8. Penelitian yang dilakukan oleh Alan Andhika tentang “*pengaruh kepuasan nasabah, ekuitas merek, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan*”.²⁵ Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan, ekuitas merek, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada BSI Mobile, sebuah aplikasi digital banking milik PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 191 pengguna BSI Mobile, teknik pengambilan sampel probability sampling, yakni teknik pengambil sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modelin (SEM). Hasil ini menunjukkan bahwa dengan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, ekuitas merek, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan. Ekuitas merek, citra perusahaan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dimana membuktikan bahwa dengan peningkatan ekuitas merek, citra perusahaan yang baik dan kepuasan nasabah yang positif akan menciptakan pelanggan yang loyal dan akan terus menggunakan BSI Mobile. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, dimana membuktikan bahwa hanya sebuah kualitas pelayanan yang baik

²⁵ Alan Andhika, “*pengaruh kepuasan nasabah, ekuitas merek, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan*”, (Jurnal Ilmiah Indonesia Vol. 6, No. 12, 2021), 6014-6030

saja tidak cukup untuk membuat pelanggan loyal dan akan terus menggunakan BSI Mobile milik PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Viona Jesica Kristiania tentang “*Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado*”.²⁶ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Manado. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu nasabah bank BTN Manado. Pengumpulan data dilakukan dengan online based questionnaire kepada 99 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: (1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah karena t hitung lebih kecil dari t tabel sebesar 0,603 (2) variabel kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah karena t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 4,485 (3) variabel citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah karena t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 1,926 (4) hasil uji simultan variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai F hitung 32,860.

²⁶ Viona Jesica Kristiania, “*Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado*”, (Jurnal EMBA Vol. 10, No. 4, 2022), 533-544

10. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Faqihudin tentang “*Pengaruh penerapan Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Image, dan keputusan nasabah terhadap loyalitas nasabah*”.²⁷ Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh implementasi corporate social responsibility (CSR), citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan, terhadap loyalitas pelanggan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Corporate Social Responsibility (CSR), citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan. , serta satu variabel dependen loyalitas pelanggan. Pelanggan PT Bank Rakyat Indonesia Jayapura digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini. Convenience sampling dengan jumlah sampel 30 responden merupakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis data. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Corporate Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
11. Penelitian yang dilakukan oleh Neni Hindayani tentang “*Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan tingkat kepercayaan terhadap*

²⁷ Ahmad Faqihudin, “*Pengaruh penerapan Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Image, dan keputusan nasabah terhadap loyalitas nasabah*”, (Jurnal Akuntansi dan Keuangan daerah Vol. 15, No 1, 2020), 67-76

loyalitas pelanggan studi kasus pada maskapai susi air cilacap"²⁸.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara parsial pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, menganalisis secara bersama pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dan menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan pada Susi Air Cilacap Airlines. Sampel yang digunakan adalah 52 orang yang diambil dari populasi sebanyak 109 orang. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang disusun dalam skala 1-5, skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai Susi Air Cilacap. (2) Variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan maskapai Susi Air Cilacap. (3) Variabel tingkat kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan maskapai Susi Air Cilacap. (4) Variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan tingkat kepercayaan konsumen secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Susi Air Cilacap. (5) Variabel tingkat kepercayaan konsumen yang paling dominan

²⁸ Neni Hindayani, "Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan tingkat kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan studi kasus pada maskapai susi air cilacap", (Jurnal Ekonomi Vol. 10, No. 2, 2020), 60-75

pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai Susi Air Cilacap. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Susi Air Cilacap digunakan analisis linier berganda. Untuk menguji pengaruh secara simultan digunakan uji F dengan derajat kebebasan (df) = k dan $(n-k-2)$ dengan tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$). Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu $2,080 > 1,6765$ hipotesis diterima. Variabel persepsi harga diperoleh t hitung > t tabel yaitu $2,770 > 1,6765$ hipotesis diterima. Variabel kepercayaan konsumen diperoleh thitung > ttabel yaitu $1,918 > 1,6765$ dan diterima. Hasil analisis diperoleh fhitung > ftabel yaitu $5,319 > 2,79$. Dan variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah hipotesis kepercayaan konsumen ditolak. Karena variabel yang paling dominan adalah persepsi harga. Kesimpulan penelitian ini, berdasarkan hasil penelitian variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah persepsi harga dengan koefisien beta (2,770) lebih besar dari kualitas pelayanan (2,080) dan kepercayaan konsumen (1,918). Nilai koefisien R^2 sebesar 24,9% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan tingkat kepercayaan konsumen, sedangkan 75,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

12. Penelitian yang dilakukan oleh Rice Haryati tentang “*Pengaruh kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada PT BPR Cincin Permata Andalas*”²⁹. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada PT BPR Cincin Permata Andalas. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan riset lapangan dan riset pustaka. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sampel yang digunakan adalah 96 orang nasabah tabungan PT BPR Cincin Permata Andalas. Metode analisis menggunakan model regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Tingkat kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PT BPR Cincin Permata Andalas. (2) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PT BPR Cincin Permata Andalas. (3) Tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PT BPR Cincin Permata Andalas. Besarnya kontribusi pengaruh tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan PT BPR Cincin Permata Andalas adalah sebesar 16% sedangkan sisanya sebesar 84% yang dipengaruhi oleh variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

²⁹ Rice haryati, “*Pengaruh kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada PT BPR Cincin Permata Andalas*”, (Jurnal Matua Vol. 4, No. 4, 2022), 655-666

13. Penelitian yang dilakukan oleh Annas Thohir tentang “*Pengaruh komunikasi pemasaran, kepercayaan, dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah tabungan di PT BPR Syariah Mitra Mentari*”.³⁰ Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran, kepercayaan, serta pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah tabungan di PT. BPR Syariah Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian dilaksanakan dengan metode kuantitatif, serta desain penelitian hubungan kausal. Data penelitian adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner berbentuk google formulir, serta data sekunder yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi. Pengambilan sampel dengan random sampel, sedangkan teknik penghitungannya menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 350. Namun hanya 130 responden yang bersedia mengisi kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas nasabah tabungan di PT. BPR Syariah Mitra Mentari Sejahtera dan komunikasi merupakan faktor yang paling dominan. Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan di PT. BPR Syariah Mitra Mentari Sejahtera. Terdapat pengaruh negatif penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah tabungan di PT. BPR Syariah Mitra Mentari Sejahtera.

³⁰ Annas Thohir, “*Pengaruh komunikasi pemasaran, kepercayaan, dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah tabungan di PT BPR Syariah Mitra Mentari*”, (Jurnal of Islamic Banking and Finance Vol. 1, No. 1, 2021), 51-65

14. Penelitian yang dilakukan oleh Sutiyeem tentang “*Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Pembantu Ulak Karang Padang*”.³¹ Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada KCP Bank Syariah Mandiri Ulak Karang Padang, (2) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada KCP Bank Syariah Mandiri Ulak Karang Padang. Kantor, (3)) Untuk mengetahui pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah pada Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Mandiri Ulak Karang Padang, (4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Ulak Karang Kantor Cabang Pembantu Padang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen sebagai variabel bebas dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan deskriptif kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 sampel yang merupakan nasabah KCP Bank Syariah Mandiri Ulak Karang Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai adjusted R² sebesar 0,814, maka kontribusi pengaruh kualitas pelayanan,

³¹ Sutiyeem, “*Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Pembantu Ulak Karang Padang*”, (Jurnal Pundi Vol. 5, No. 03, 2021), 351-360

kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan sebesar 81,4% dan 18,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya ketiga variabel tersebut perlu diperhatikan dan diperhatikan oleh perusahaan.

15. Penelitian yang dilakukan oleh Agung Nur Ramdhani tentang “*Pengaruh tingkat kepercayaan, Ekuitas merek, dan WOM terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian (studi kasus pengguna handphone produk China di STEI Jakarta)*”.³² Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Tingkat Kepercayaan, Ekuitas Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Handphone Produk China (Studi Kasus Mahasiswa STEI Rawamangun). Untuk strategi penelitiannya menggunakan strategi penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif. Untuk populasi dalam penelitian ini sejumlah 1538 mahasiswa. Dan sampel sebanyak 317 responden. Untuk teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Untuk teknik purposive sampling mempunyai kriteria atau syarat yaitu pertama Mahasiswa/I Aktif S1 Manajemen dan S1 Akuntansi angkatan 2017 & 2018. Dan kedua, Mahasiswa/I pengguna handphone produk China selama 2 bulan. Untuk metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Setelah itu ada teknik analisis data menggunakan Analisis Jalur dengan metode SmartPLS versi 3.0.0 dan dievaluasi dengan outer dan inner model. Hasil Penelitian ini

³² Agung Nur Ramadhani, “Pengaruh tingkat kepercayaan, Ekuitas merek, dan WOM terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian (studi kasus pengguna handphone produk China di STEI Jakarta)”, (skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2021)

menunjukkan bahwa Tingkat Kepercayaan, Ekuitas Merek dan Word Of Mouth berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pembelian, selanjutnya dari Tingkat Kepercayaan, Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan, Ekuitas Merek tidak berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan, dan adanya pengaruh Tingkat Kepercayaan, Ekuitas Merek, dan Word Of Mouth berpengaruh tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Keputusan Pembelian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu
Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
1.	Elya Shova Virga. (2021)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan”	.Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Nasabah.	Variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data yaitu penyebaran Kuesioner.	Lokasi penelitian. Hanya menggunakan 2 variabel, variabel X dan Y. Tidak menggunakan analisis regresi berganda.
2.	Fifin Anggraini dkk (2020)	“Pengaruh Harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan	Harga, Promosi, kualitas pelayanan, dan Loyalitas Nasabah	Variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif	Lokasi penelitiannya. Variabel bebas menggunakan (harga, promosi, kualitas pelayanan)

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
		pelanggan pada konsumen gojek”.			
3	Maria Puspa Dewi (2020)	“Pengaruh persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan konsumen pada RM. Wongsolo Malang”.	Perserpsi harga, dan kualitas pelayanan	Variabel yang digunakan yaitu Loyalitas Nasabah dan kualitas pelayanan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.	Tempat penelitiannya. Variabel bebas menggunakan (persepsi harga dan kualitas pelayanan)
4.	Muhammad Kholil. (2020)	“ <i>Analisis</i> Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk simpanan di BMT Al-Hikmah Cabang Ngemplak Undaan Kudus”.	Kualitas Pelayanan, kepercayaan, promosi, dan minat	Variabel yang digunakan yaitu Kualitas Pelayanan, dan kepercayaan. Metode yang digunakan adalah metode Kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuesioner. Menggunakan variabel X1,X2,X3 dan Y1.	Tempat Penelitiannya. Variabel bebas menggunakan (kualitas pelayanan, kepercayaan, promosi)
5	Nabilah Alya Insani dkk (2020)	“Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap	Kualitas Pelayanan, harga, promosi dan Loyalitas	Variabel yang digunakan adalah Kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah	Tempat penelitiannya. Variabel bebas berbeda (kualitas pelayanan, harga dan promosi)

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
		loyalitas pelanggan gofood di kota Bandung”.		Metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif.	

Sumber: data penelitian terdahulu yang diolah oleh peneliti

**Tabel 2.2 Penelitian terdahulu
Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas**

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
1.	Willyanto Agiesta dkk (2021)	“Pengaruh kualitas pelayanan, dan Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KA lokal Bandung Raya”.	Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, dan loyalitas nasabah.	Variabel yang digunakan adalah Kualitas pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas nasabah. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.	Tempat penelitiannya. Hanya menggunakan 2 variabel bebas.
2.	Mohammad Sof’an (2022)	“Pengaruh kualitas jasa syariah, kualitas produk, nilai nasabah, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di bank muamalat Indonesia cabang Kudus”.	Kualitas jasa, kualitas produk, nilai nasabah, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.	Variabel yang digunakan adalah Kepuasan Nasabah dan Loyalitas nasabah. Metode pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif.	Tempat penelitiannya. Variabel bebasnya berbeda (kualitas jasa syariah, kualitas produk, nilai nasabah, dan kepuasan nasabah) Menggunakan 4 variabel bebas

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
3.	Alan Andhika (2021)	“pengaruh kepuasan nasabah, ekuitas merek, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan”.	Kepuasan nasabah, ekuitas merek, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas nasabah.	Variabel yang digunakan adalah kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Pendekatan yang digunakan menggunakan metode Kuantitatif.	Tempat penelitiannya. Variabel bebasnya berbeda (kepuasan nasabah, ekuitas merek, citra perusahaan, kepuasan pelanggan) Menggunakan 4 variabel bebas
4.	Viona Jesica Kristania dkk (2022)	“Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado”.	Kualitas Pelayanan, kepuasan nasabah, citra perusahaan, dan loyalitas nasabah.	Variabel yang digunakan adalah Kualitas Pelayanan, kepuasan nasabah dan Loyalitas nasabah. Pendekatan yang digunakan menggunakan metode Kuantitatif.	Tempat penelitiannya. Variabel bebasnya berbeda (kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan)
5.	Ahmad Faqihudin (2020)	“Pengaruh penerapan Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Image, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah”.	Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Image, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.	Variabel yang digunakan adalah kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif.	Tempat penelitiannya. Variabel bebasnya yang berbeda (penerapan Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Image, kepuasan nasabah)

Sumber: data penelitian terdahulu yang diolah oleh peneliti

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu
Tingkat kepercayaan terhadap Loyalitas

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
1.	Neni Hindayani dkk (2020)	“Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan tingkat kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan studi kasus pada maskapai susi air cilacap”	Kualitas pelayanan, Persepsi harga, tingkat kepercayaan dan loyalitas nasabah.	Variabel yang digunakan adalah Kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan Loyalitas nasabah. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.	Tempat penelitiannya. Variabel bebasnya berbeda (kualitas pelayanan, persepsi harga, dan tingkat kepercayaan)
2.	Annas Thohir (2022)	“Pengaruh komunikasi pemasaran, kepercayaan, penanganan keluhan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah tabungan di PT BPR Syariah Mitra Mentari”.	Komunikasi pemasaran, kepercayaan, penanganan keluhan dan loyalitas nasabah	Variabel yang digunakan kepercayaan, dan Loyalitas nasabah. Metode pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif.	Tempat penelitiannya. Variabel bebasnya yang berbeda (komunikasi pemasaran, kepercayaan dan penanganan keluhan)
3.	Rice (2022)	“Pengaruh kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada PT	tingkat kepercayaan, kepuasan, kualitas pelayanan dan loyalitas.	Variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah.	Tempat penelitiannya. Variabel bebasnya berbeda (kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan)

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
		BPR Cincin Permata Andalas”.		Pendekatan yang digunakan menggunakan metode Kuantitatif.	
4.	Sutiyem dkk (2021)	“Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Pembantu Ulak Karang Padang”.	Kualitas layanan, kepercayaan, komitmen dan loyalitas nasabah	Variabel yang digunakan adalah Kualitas Pelayanan, kepercayaan dan loyalitas nasabah Pendekatan yang digunakan menggunakan metode Kuantitatif.	Tempat penelitiannya. Variabel bebasnya berbeda (kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen)
5.	Agung Nur Ramdhani (2021)	“Pengaruh tingkat kepercayaan, Ekuitas merek, dan WOM terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian (studi kasus pengguna handphone produk China di STEI Jakarta)”.	Tingkat kepercayaan, ekuitas merek, WOM, dan Loyalitas pelanggan	Variabel yang digunakan adalah tingkat kepercayaan dan loyalitas nasabah Pendekatan penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif.	Tempat penelitiannya. Variabel bebasnya berbeda (tingkat kepercayaan, ekuitas merek, WOM)

Sumber: data penelitian terdahulu yang diolah oleh peneliti

Dari kelima belas penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa perbedaan secara umum antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan *customer service*, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah yang mana rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana pengaruh dari ketiga variabel diatas mempengaruhi loyalitas nasabah pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

B. Kajian Teori.

1. Kualitas Pelayanan.

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsh dan Davis, Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, layanan, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.³³ Kata Kualitas mengandung banyak definisi atau makna, karena orang yang berbeda akan mengartikan secara berlainan. Seperti sesuai dengan persyaratan,

kecocokan untuk pemakai, kemudian penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, serta melakukan segala sesuatu yang membahagiakan.³⁴

Menurut Kasmir, pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.³⁵ Menurut Fandi Tjiptono definisi layanan adalah

³³ Bilsom Simamora, "*Memenangkan Pasar Dagang Pemasaran Efektif dan Profitabel*", (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), 180.

³⁴ Fandy Tjiptono, "*Prinsip-prinsip Total Quality Service*". (Yogyakarta: Andi, 2005), .2.

³⁵ Kasmir, "*Etika Customer Service*". (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005) , 15.

kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang membeli produknya.³⁶

Menurut Philip Kotler, Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada orang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.³⁷ Pengertian layanan atau pelayanan secara umum menurut Purwadarminto adalah menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain.³⁸ Keberhasilan pemasaran sangat ditentukan baik dan tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.³⁹

b. Dasar-dasar Kualitas Pelayanan

Pada dasarnya, layanan pelanggan tergantung pada latar belakang karyawan (suku, pendidikan, pengalaman, budaya, kebiasaan, dll). Namun, agar layanan berkualitas tinggi dan berkelanjutan, setiap karyawan dibekali pengetahuan dasar layanan. Kualitas yang diberikan tentunya harus memenuhi standar tertentu yang diharapkan perusahaan. Tanpa standar tertentu, akan sulit untuk memberikan kualitas layanan yang lebih baik.⁴⁰

Berikut ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus dipatuhi oleh pegawai customer service, antara lain:

³⁶ Fandy Tjiptono, *“Manajemen Jasa”*. (Yogyakarta: Andi, 2004) , 94.

³⁷ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*” (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 85.

³⁸ Purwadarminto, *“Kamus Umum Bahasa Indonesia”* (Jakarta: Balai Pustaka, 1996),

³⁹ Sofyan Assauri, *“Manajemen Pemasaran”* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2007), 213.

⁴⁰ Kasmir, *“Etika Customer Service”* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2005), 33.

1) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.

Pada dasarnya pelanggan ingin dilayani dengan sempurna, untuk melayani pelanggan salah satu hal terpenting selain kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

2) Tersedia personil yang baik.

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *Customer Service* yang melayaninya. Petugas *Customer Service* harus ramah, sopan dan menarik, disamping itu petugas *Customer Service* harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintas. *Customer Service* harus dapat menarik dan mendapatkan pelanggan, sehingga pelanggan semakin tertarik. Demikian pula

cara kerja harus lincah, tangkas. Untuk itu, sebelum menjadi *Customer Service*, harus menjalani pendidikan dan pelatihan khusus.

3) Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai.

Saat menjalankan pelayanan *Customer Service* harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Pelanggan akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab atas pelayanan

yang diharapkan pelanggan. Jika sesuatu terjadi maka *Customer Service* yang dari awal bertugas harus bertanggung jawab.

- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Dalam melayani nasabah, *Customer Service* harus mengikuti prosedur yang telah ditetapkan. Pelayanan dilakukan sesuai dengan jadwal pekerjaan yang diberikan dan tanpa kesalahan yaitu pelayanan dilakukan sesuai dengan keinginan pelanggan.

- 5) Mampu Berkomunikasi.

Petugas *Customer Service* harus dapat berbicara dengan setiap pelanggan. Petugas *Customer Service* pun harus mampu dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Ini berarti bahwa *Customer Service* harus dapat berkomunikasi dengan Bahasa yang jelas dan dapat dimengerti. Dan jangan menggunakan istilah yang membingungkan.

- 6) Memberi jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

Menjaga rahasia bank seperti menjaga rahasia pelanggan. Oleh karena itu, *Customer Service* harus bisa menjaga kerahasiaan pelanggannya kepada siapapun. Rahasia Bank merupakan taruhan kepercayaan pelanggan kepada Bank.

- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.

Untuk menjadi *Customer Service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena *Customer Service* selalu berhubungan dengan pelanggan, layanan pelanggan harus dilatih

secara khusus dalam kemampuan dan pengetahuan mereka untuk berurusan dengan pelanggan atau kemampuan mereka untuk bekerja.

- 8) Berusaha memahami kebutuhan pelanggan.

Customer Service harus memperhatikan harapan pelanggan. *Customer Service* yang lambat akan membuat pelanggan menjauh. Dan diharuskan untuk berusaha mengerti memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

- 9) Mampu memberi kepercayaan kepada Pelanggan.

Kepercayaan calon nasabah terhadap bank mutlak diperlukan bagi calon nasabah untuk mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula, untuk mencegah pelanggan lama melarikan diri, penting untuk melindungi kepercayaan mereka. Semua ini melalui layanan *Customer Service* pada khususnya dan seluruh staf bank pada umumnya.⁴¹

- c. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.

Adapun prinsip kualitas layanan Wolkins yang dikutip oleh Fandy Tjiptono adalah sebagai berikut:

- 1) Kepemimpinan.

Strategi kualitas perusahaan harus menjadi inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasi dalam upaya

⁴¹ Kasmir, "*Etika Customer Service*" (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2005).

meningkatkan kualitas kinerja. Tanpa kepemimpinan manajemen puncak, upaya peningkatan kualitas akan berdampak kecil.

2) Pendidikan.

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajemen puncak hingga staf operasi, harus menerima pendidikan yang berkualitas. Aspek yang harus ditekankan dalam pendidikan meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik untuk menerapkan strategi kualitas, dan peran manajer dalam menerapkan strategi kualitas.

3) Perencanaan Strategi.

Proses perencanaan strategis harus mencakup metrik kualitas dan tujuan yang digunakan untuk memandu bisnis dalam mencapai visi dan misinya. Strategi sangat penting dalam proses pencapaian tujuan bisnis. Dengan perencanaan strategis yang terpusat, akan lebih mudah bagi sebuah perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

4) *Review*.

Proses *Review* adalah alat manajemen yang paling efektif untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini merupakan mekanisme yang memastikan perhatian konstan untuk mengejar tujuan kualitas. Dengan penilaian, lebih mudah untuk memperhatikan keadaan organisasi.

5) Komunikasi.

Penerapan strategi mutu dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya (seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat, dll)

6) Total *Human Reward*.

Reward dan *Recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara ini, motivasi, moral, kebanggaan dan rasa memiliki setiap anggota organisasi dapat ditingkatkan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan profitabilitas perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.⁴²

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam pandangan Islam, standar untuk menilai kualitas pelayanan bagi konsumen adalah standarisasi Syariah. Oleh karena itu, variabel-variabel yang diuji tidak hanya menggunakan teori konvensional, tetapi menjadikan Syariah sebagai tolak ukur teoritis yang dapat dijadikan pedoman bagi umat Islam dalam melakukan aktivitas dan merespon kebutuhannya. Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, indikator kualitas pelayanan atau Jasa antara lain:

⁴² Fandy Tjiptono “ *Service, Quality dan Satisfaction*” (Yogyakarta: Andi, 2011), 140.

1) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap mengacu pada kemauan dan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan dan menanggapi permintaan mereka, serta memberi saran kapan layanan akan diberikan dan kemudian menyediakannya tepat waktu. Dimana perusahaan harus menunjukkan kemampuannya untuk memberikan dukungan layanan yang tepat waktu dan tepat kepada pelanggan jika pelanggan meminta layanan terjadwal.

2) Keandalan (*Reliability*).

Hal ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang benar pertama kali tanpa kesalahan dan memberikan layanannya dalam kerangka waktu yang disepakati. *Reliability* menyangkut dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*) atau melaksanakan layanan yang dijanjikan secara menyakinkan dan akurat.

3) Jaminan (*Assurance*).

Jaminan, khususnya perilaku karyawan, dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa staf selalu sopan dan memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk menangani pertanyaan dan masalah/keluhan pelanggan.

4) Empati (*Empathy*).

Empati berarti bahwa perusahaan memahami masalah pelanggan dan bertindak untuk kepentingan pelanggan, peduli secara pribadi kepada pelanggan, dan memiliki jam kerja yang nyaman.

5) Bukti Fisik (*Tangibles*).

Bukti fisik berkaitan dengan daya tarik fasilitas, peralatan dan bahan yang digunakan perusahaan, serta penampilan fisik karyawan

2. Tingkat Kepercayaan.

a. Pengertian Tingkat Kepercayaan.

Menurut Kotler, Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung bisnis. Kepercayaan 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 untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan.⁴³

Kepercayaan didefinisikan oleh Moorman, Deshpande dan Zaltman (1933)⁴⁴ sebagai keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra yang dipercayai.

Menurut Kotler, dimensi kepercayaan terdiri atas :

⁴³ Kotler, Philip. *Manajemen pemasaran*. (Jakarta: PT Indeks, 2007), 180.

⁴⁴ Moorman, Cristin, Genrald Zaltman and Rohit Deshpande, Factor Affecting trust in market research relationship, *journal marketing research* , vol 57 (january,1993): 81-101

- 1) Transparan: informasi jujur
 - 2) Kualias produk/jasa: produk dan jasa terbaik untuk memenuhi harapan
 - 3) Insentif: insentif diselaraskan sehingga karyawan mempercayai dan memenuhi diri mereka sendiri.
 - 4) Desain kerja sama: pelanggan membantu merancang produk secara jujur dan komunitas komprehensif
 - 5) Rantai pasokan: semua mitra rantai pasokan bersatu untuk membangun kepercayaan.
 - 6) Advokasi/ pervasif: semua fungsi bekerja untuk membangun kepercayaan.
- b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan.

Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun kepuasan walaupun menjadi pihak yang dipercayai tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Menurut Papers dan Roggers (2004: 45)

faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan, antara lain:

- 1) Nilai merupakan hal mendasar untuk mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak dalam relationship yang memiliki perilaku, tujuan dan kebijakan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan.
- 2) Ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan. Untuk mengurangi risiko pihak yang tidak percaya akan membina relationship dengan pihak yang dapat dipercaya.

- 3) Komunikasi yang terbuka dan teratur. Komunikasi yang dilakukan untuk menghasilkan kepercayaan dan pada gilirannya menjadi komunikasi yang lebih baik.

c. Indikator Kepercayaan

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator untuk mengukur variabel Kepercayaan. Indikator kepercayaan menurut Fandy Tjiptono (2014 : 237) meliputi :

- 1) Karyawan jujur dalam bekerja.
- 2) Perusahaan yang terpercaya.
- 3) Selalu memberikan pelayanan yang berkualitas.
- 4) Selalu memberikan pelayanan sesuai harapan.

Menurut Flavin dan Giunaliu (2007), kepercayaan terbentuk dari tiga hal yaitu:⁴⁵

- 1) Kejujuran (*honesty*)

Kejujuran adalah percaya pada kata-kata orang lain, percaya

bahwa mereka akan menepati janjinya dan bersikap tulus pada kita.

- 2) Kebaikan (*benelovence*)

Kebajikan adalah tindakan yang mendahulukan kepentingan umum dari kepentingan pribadi.

- 3) Kompetensi (*competention*)

⁴⁵ Falvian dan Giunaliu, 2007. *Miasare on web usability website journal of computer information system* No 1 hlm 17-23

Kompetensi adalah persepsi atas pengetahuan, kemampuan untuk menyelesaikan masalah, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pihak lain yang dimiliki suatu pihak.

3. Kepuasan Nasabah.

a. Pengertian kepuasan.

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.⁴⁶

Menurut Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.⁴⁷

Kepuasan dibagi menjadi dua macam, yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologis. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari suatu produk yang dimanfaatkan, sedangkan kepuasan psikologis merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk.⁴⁸

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah suatu keadaan dimana harapan sesuai dengan kenyataan yang diterima dan bila jauh dibawah harapan maka akan

⁴⁶ Etta Mamang Sangadji Dan Sopiha, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 180.

⁴⁷ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 193.

⁴⁸ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), 60

kecewa, sebaliknya bila harapan telah terpenuhi maka akan merasa puas.

b. Pengertian Nasabah.

Nasabah adalah pihak yang memiliki dana yang mendapat pelayanan jasa dari bank untuk mengirimkan atau memindahkan dananya kepada pihak lain.⁴⁹

Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.⁵⁰

Dapat disimpulkan menurut peneliti bahwa nasabah adalah orang yang memiliki rekening tabungan dan tanggungan dengan bank sehingga tercipta hubungan dan ikatan dengan bank.

c. Pengertian Kepuasan Nasabah.

Pengertian kepuasan nasabah dari beberapa ahli tidak jauh berbeda, hanya tergantung dari sudut mana kita memandangnya.

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.⁵¹

⁴⁹ Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2010), 154.

⁵⁰ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 189.

⁵¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 263.

Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, ada dua keuntungan yang diterima bank yaitu sebagai berikut:

- 1) Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.
- 2) Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan Richens bahwa kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan merupakan iklan dari mulut ke mulut. Artinya nasabah tersebut akan dengan cepat menular ke nasabah lain dan berpotensi menambah nasabah baru.⁵²

Kepuasan nasabah yang diberikan kepada bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:

- 1) Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
- 2) Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah

⁵² Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 262

membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.

- 3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
- 4) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.

Untuk mencapai tujuan seperti di atas, atau dengan kata lain kepuasan nasabah terus meningkat, maka perlu dilakukan atau dilaksanakan hal-hal sebagai berikut.

- 1) Memperhatikan kualitas pelayanan dari staf bank yang melayani nasabah dengan keramahan, sopan santun serta pelayanan cepat

dan efisien. Staf bank disini mulai dari staf paling bawah sampai dengan pimpinan tertinggi di bank tersebut.

- 2) Faktor pendekatan dan kedekatan untuk berinteraksi dengan staf bank tersebut. Nasabah diberlakukan seperti teman lama, sehingga timbul keakraban dan kenyamanan selama berhubungan dengan bank.

- 3) Harga yang ditawarkan, Pengertian harga disini untuk bank, yaitu baik bunga simpanan, maupun bunga pinjaman atau bagi hasil dan biaya administrasi yang ditawarkan kompetitif dengan bank lain.
- 4) Kenyamanan dan keamanan lokasi bank, sebagai tempat bertransaksi, dalam hal ini nasabah selalu merasakan adanya kenyamanan baik di luar bank maupun di dalam bank. Nasabah juga tidak merasa was-was bila berhubungan dengan bank.
- 5) Kemudahan memperoleh produk bank. Artinya jenis produk yang ditawarkan lengkap dan tidak memerlukan prosedur yang berbelit-belit atau persyaratan yang memberatkan seperti misalnya dalam hal permohonan kredit.
- 6) Penanganan komplain atau keluhan. Artinya setiap ada keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah harus ditanggapi dan ditangani secara cepat dan tepat.
- 7) Kelengkapan dan kegunaan produk termasuk kelengkapan fasilitas dan produk yang ditawarkan, misalnya tersedianya fasilitas ATM di berbagai lokasi-lokasi strategis.
- 8) Perhatian terhadap nasabah di masa mendatang terutama terhadap pelayanan purna jualnya.⁵³

Namun nasabah pun seringkali merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan pada nasabah :

⁵³ Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 264-265

- 1) Tidak sesuai antara manfaat atau hasil yang diharapkan dengan kenyataan atau apa yang didapat oleh konsumen.
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
- 3) Perilaku personil atau karyawan perusahaan atau bank yang kurang memuaskan atau mengecewakan pelanggan.
- 4) Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang, misalkan lay out gedung yang tidak tertata rapi.
- 5) Biaya terlalu tinggi, misalkan biaya administrasi bulanan yang terlalu tinggi di atas bank lain atau tingkat bagi hasil yang terlalu membebani nasabah.
- 6) Promosi iklan yang terlalu berlebihan, sehingga seringkali tidak sesuai dengan kenyataan.⁵⁴

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa kepuasan nasabah adalah seberapa besar harapan yang diinginkan oleh nasabah dengan membandingkan persepsi dari nasabah itu sendiri tentang sebuah pelayanan yang nantinya akan diterima oleh nasabah tersebut.

d. Indikator Kepuasan Nasabah.

Menurut (Syaifullah & Mira) pengukuran kepuasan nasabah dapat dilakukan sebagai berikut :

- 1) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya).
- 2) Selalu membeli produk.
- 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain.

⁵⁴ Muhammad Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 200

4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.⁵⁵

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa indikator kepuasan pelanggan dapat dilihat dari pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan yang nantinya dapat menimbulkan perasaan puas dari pelanggan atas pelayanan yang telah dirasakannya, sehingga jika pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan, maka harapan pelanggan dapat terpenuhi.

4. Loyalitas Nasabah.

a. Pengertian Loyalitas Nasabah.

Gramer dan Brown dari Utomo memberikan definisi loyalitas sebagai sejauh mana pelanggan menunjukkan perilaku pembelian berulang dari penyedia layanan, memiliki sikap atau kecenderungan positif terhadap penyedia layanan, dan tidak mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia layanan ini hanya ketika kebutuhan muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.⁵⁶ Menurut definisi yang

dikemukakan oleh Gramer dan Brown, pelanggan yang loyal tidak hanya melakukan pembelian berkali-kali tetapi juga memelihara sikap positif terhadap penyedia layanan. Dalam hal ini adalah loyalitas nasabah kepada lembaga keuangan yaitu bank. Secara umum, loyalitas berkaitan dengan kesetiaan, ketaatan, dan kesediaan untuk menerima

⁵⁵ Hendrison Dan Nur Elfi Husda, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Asuransi Reliance Indonesia”, (Jurnal Magisma Vol. 8, No.1, 2020), 37

⁵⁶ Utomo, Priyanto Doyo, “Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler”, (Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2006), 27.

apa adanya dan tidak mudah dialihkan ke tujuan lain. Dalam konsep pemasaran, loyalitas sangat erat kaitannya dengan nasabah yang disebut juga dengan loyalitas nasabah, yang tidak lain merupakan bentuk loyalitas nasabah terhadap kualitas produk bank.

Loyalitas pelanggan menurut Griffin dalam Sorayanti Utami adalah komitmen perlindungan diri untuk membeli kembali atau berlangganan kembali suatu produk atau jasa yang dipilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh keadaan dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perubahan perilaku.⁵⁷ Sedangkan menurut Tjiptono, loyalitas adalah suatu keadaan dimana seorang pelanggan memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau produsen (jasa/penyedia produk) dan disertai dengan pola pembelian ulang yang terus menerus.⁵⁸

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah sikap positif pelanggan terhadap suatu produk atau jasa maupun terhadap perusahaan itu sendiri, disertai dengan komitmen untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut dan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

Jika fenomena ini menyangkut sektor perbankan di Indonesia, maka bank harus mengambil langkah yang tepat dalam mempertahankan nasabahnya. Karena pelanggan setia tentunya akan

⁵⁷ Sorayanti Utami, "The Influence Of Customers' Trust On Customer Loyalty", International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom Vol. III, Issue 7, July 2015, Dept. of Management, Faculty of Economics, University of Syiah Kuala, Darussalam, Banda Aceh, Indonesia, 645

⁵⁸ Fandy Tjiptono, "Manajemen Jasa", (Yogyakarta, Andi Offset, 2000), 111.

membawa banyak keuntungan. Salah satunya agar para pelanggan ini tidak mudah terombang-ambing untuk beralih ke produk pesaing. Lebih penting lagi, pelanggan setia cenderung selalu merujuk pelanggan lain untuk menggunakan produk. Beberapa faktor yang membuat nasabah loyal kepada bank antara lain tingkat nilai nasabah, kualitas produk, kualitas layanan syariah dan kepuasan nasabah.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah loyalitas pelanggan yang mengarah pada penggunaan dan penggunaan produk dan jasa secara konsisten dari waktu ke waktu dan dengan sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk. Menunjukkan loyalitas sejati membutuhkan ukuran sikap yang dikombinasikan dengan ukuran perilaku.

b. Faktor-Faktor yang membentuk Loyalitas Nasabah.

Swastha dan Handoko menyebutkan 5 faktor utama yang mempengaruhi loyalitas sebagai berikut:

- 1) Kualitas Produk, kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan nasabah yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas nasabah.
- 2) Kualitas jasa, selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas jasa.

- 3) Emosional, emosional di sini lebih diartikan sebagai keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya. Keyakinan tersebut nantinya akan mendatangkan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya.
- 4) Harga, sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing. Jadi harga di sini lebih diartikan sebagai akibat, atau dengan kata lain harga yang tinggi adalah akibat dari kualitas produk tersebut yang bagus, atau harga yang tinggi sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang bagus.
- 5) Biaya, orang berpikir bahwa perusahaan yang berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produksi pasti produk yang akan dihasilkan akan bagus dan berkualitas, sehingga nasabah lebih loyal terhadap produk tersebut⁵⁹.

Sedangkan menurut Griffin “langkah pertama dalam membangun sistem loyalitas nasabah adalah berusaha mengenal terminologi dan variabel yang menentukan serta mendorong loyalitas”.

Faktor-faktor yang membentuk loyalitas nasabah yaitu “basis klien, tingkat retensi nasabah baru, tingkat retensi klien, pangsa nasabah (Share of customer), jumlah rata-rata nasabah baru, frekuensi pembelian, jumlah pembelian rata-rata, tingkat peralihan (Attrition rate)”.

⁵⁹ Basu Swastha dan Hani Handoko, “*Perilaku Konsumen*”, (Yogyakarta: BPFE 2004),

- 1) Basis Klien merupakan seluruh jumlah nasabah dan klien yang aktif, hal ini dapat dihitung dengan menjumlahkan nasabah pertama kali, nasabah berulang, dan Klien
- 2) Tingkat retensi nasabah baru adalah persentase nasabah pertama kali yang melakukan pembelian kedua dalam periode waktu tertentu, periode waktu diatur oleh siklus pembelian berulang nasabah biasa.
- 3) Tingkat retensi klien adalah presentase nasabah yang telah memenuhi sejumlah khusus pembelian berulang selama periode waktu tertentu.
- 4) Pangsa nasabah (share of customer) merupakan persentase jumlah pembelian nasabah atas kategori produk atau jasa tertentu yang dibelanjakan ke perusahaan.
- 5) Jumlah rata-rata nasabah baru per bulan adalah rata-rata jumlah nasabah pertama kali yang membeli dari perusahaan tiap bulannya.
- 6) Frekuensi pembelian adalah rata-rata seorang nasabah (klien) membeli setiap tahunnya.
- 7) Jumlah pemberian rata-rata adalah jumlah rata-rata yang dibayar atas produk dan jasa setiap pembelian.
- 8) Tingkat Peralihan (attriation) merupakan persentase tahunan rata-rata nasabah yang hilang atau menjadi tidak aktif karena suatu alasan termasuk ketidakpuasan dan pindah lokasi.

c. Tahap-tahap pertumbuhan Loyalitas Nasabah.

Menurut Griffin ada tujuh tahap pertumbuhan seseorang menjadi nasabah yang loyal yaitu:

1) Seseorang yang mempunyai kemungkinan pembeli (*Suspect*).

Setiap orang memiliki kemungkinan untuk membeli produk atau jasa yang dihasilkan.

2) Seseorang mempunyai potensi menjadi nasabah (*Prospect*).

Seseorang yang telah mempunyai kebutuhan akan barang dan mempunyai kebutuhan untuk membeli dari perusahaan dan telah ada seseorang yang merekomendasikan tentang perusahaan, membaca tentang perusahaan, Prospect mungkin tahu siapa perusahaan, dan apa yang perusahaan jual tapi masih belum membeli dari perusahaan.

3) Seseorang yang mempunyai potensi yang tidak jadi menjadi nasabah (*disqualifed*). Prospect yang telah cukup perusahaan

pelajari dan mereka tidak membutuhkan atau tidak mempunyai kemampuan untuk membeli produk perusahaan.

4) Nasabah baru (*First time customers*). Mereka yang baru pertama kali membeli dari perusahaan. Mereka mungkin nasabah perusahaan tapi masih menjadi nasabah pesaing perusahaan

5) Nasabah yang melakukan pembelian berulang (*repeat customer*).

Mereka yang pertama kali membeli dari perusahaan dua kali atau lebih, mereka mungkin telah membeli produk yang sama atau

membeli dua produk yang berbeda dalam dua kali atau lebih kesempatan

- 6) Mitra (*client*). Seorang klien membeli semua yang perusahaan jual mungkin dapat ia gunakan. Perusahaan harus terus berusaha menciptakan hubungan yang akan membuat dia tidak tertarik pada pesaing
- 7) Konsumen yang menguatkan (*Advocate*). Seperti mitra, seorang advocate membeli semua yang perusahaan jual yang mungkin dapat dia gunakan dan membeli secara reguler. Tambahannya seorang advocate akan berusaha menjadi orang lain untuk membeli dari perusahaan. Seorang advocate berbicara dengan perusahaan, melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa Konsumen kepada perusahaan.⁶⁰

d. Indikator Loyalitas Nasabah.

Menurut Griffin dalam Sorayanti Utami bahwa indikator

loyalitas nasabah antara lain:

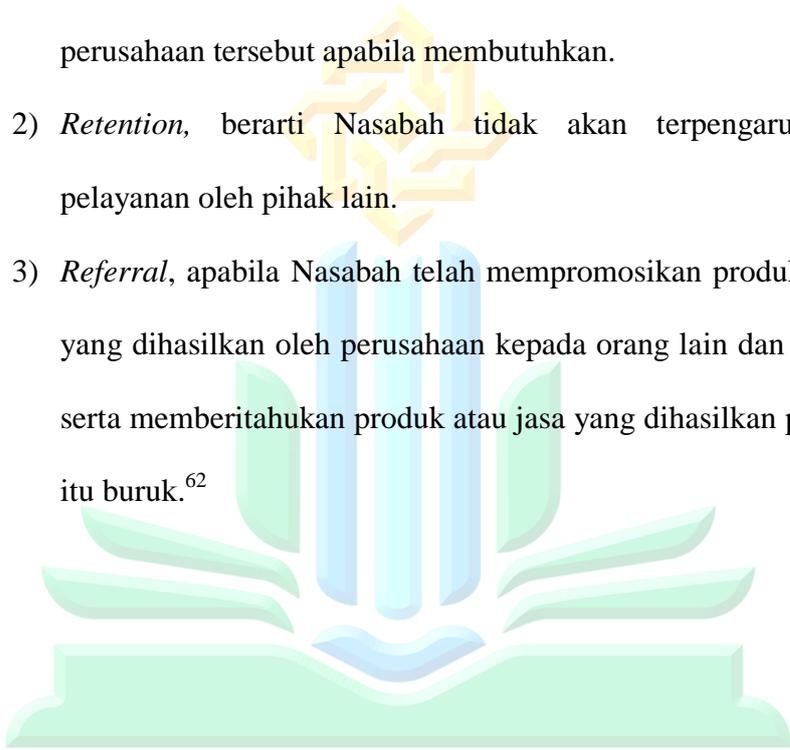
- 1) Para Nasabah menggunakan kembali produk-produk Bank (*Re-Purchase*).
- 2) Para Nasabah menambah menggunakan produk-produk yang lain yang ditawarkan Bank (*Buying between product line and service*).
- 3) Para Nasabah merekomendasikan produk Bank ke orang lain (*refer to others*).

⁶⁰ Griffin Jill, "Customer Loyalty terjemahan Dwi Kartini Yahya", (Jakarta: Erlangga, 2002), 35.

- 4) Para nasabah menolak untuk mengakui adanya jenis-jenis produk bank lain (*Immunity against Competitors*).⁶¹

Menurut Lupiyoadi, Nasabah yang loyal akan menunjukkan ciri-ciri yaitu:

- 1) *Repeat*, berarti Nasabah akan selalu membeli produk atau jasa pada perusahaan tersebut apabila membutuhkan.
- 2) *Retention*, berarti Nasabah tidak akan terpengaruh kepada pelayanan oleh pihak lain.
- 3) *Referral*, apabila Nasabah telah mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan kepada orang lain dan akan diam serta memberitahukan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan itu buruk.⁶²



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

⁶¹ Sorayanti Utami . “*The influence of customer” trush on Customer Loyalty*” , (International journal of economics, commerce and management. Vol . 3, 2015), 645

⁶² Rambat Lupiyoadi, “*Manajemen Pemasaran Jasa teori dan Praktik*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 161.

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk menemukan setiap pemecahan masalah yang ada saat ini, penelitian merupakan kegiatan dan proses yang dilakukan secara rasional dan sistematis. Ini bertujuan untuk mengumpulkan data, menganalisisnya, mengidentifikasinya, mengolahnya, dan akhirnya sampai pada kesimpulan.

Metode penelitian pada dasarnya suatu cara ilmiah guna mendapatkan dan mengolah data dengan tujuan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.⁶³ Berdasarkan jabaran tersebut terdapat empat poin penting yang perlu diperhatikan dalam suatu penelitian yaitu data, tujuan, kegunaan dan cara ilmiah. Cara ilmiah sering dikaitkan sebagai suatu kegiatan. Penelitian ini berdasarkan pada karakteristik knowledge yaitu sistematis (runtut), empiris dan rasional. Adapun dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode atau cara serta teknik adapun metode penelitian ini meliputi:

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Adapun jenis pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini merupakan jenis pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini menelaah antara hubungan dua variabel atau lebih, yaitu sejauh mana variabel yang satu berpengaruh atau berkaitan dengan variabel yang lain. Tingkat korelasi variabel-variabel dituangkan dalam suatu indeks yang sering disebut koefisien tentang suatu

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2015):2.

hubungan antar variabel yang menyatakan besaran atau kecilnya pengaruh antar variabel-variabel yang ada di dalam penelitian.

Sugiyono mengklaim bahwa metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian dengan populasi dan populasi tertentu yakni metodologi penelitian yang didasarkan pada ajaran filosofis, khususnya positivisme. Pengumpulan data, bagaimanapun, menggunakan alat penelitian, analisis konvensional, dan bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁴

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu berusaha untuk mengungkapkan fenomena, fakta, analisis pada variabel-variabel dan keadaan yang terjadi pada waktu penelitian dilaksanakan serta hal apa saja yang dialami atau yang terlibat di dalamnya. Lalu data yang tadinya berbentuk angka tersebut selanjutnya diolah serta dianalisa untuk memperoleh suatu informasi berupa ilmiah yang terdapat dalam data-data tersebut.⁶⁵

B. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan istilah yang sering digunakan. Populasi bisa diartikan sekumpulan unit yang akan diteliti karakteristiknya, namun jika populasinya luas maka, penelitian harus mengambil sampel dari populasi yang telah didefinisikan.

1. Populasi

Sugiyono berpendapat bahwa populasi adalah suatu wilayah atau lokasi yang general terdiri atas subjek dan objek yang memiliki kualitas

⁶⁴ Sugiyono, 8.

⁶⁵ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Sekunder Edisi Revisi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 2.

sertasifat atau pola-pola tertentu yang dipastikan oleh peneliti untuk dipejarilalu kemudian untuk ditarik menjadi kesimpulan.⁶⁶

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah Pensiunan di Bank BTPN KCP Probolinggo yang berjumlah 4.375 nasabah.⁶⁷

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah populasiserta sifat atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut dalam penelitian.⁶⁸ Adapun menurut Arikunto ia berpendapatbahwaapabila jumlah dari populasinya masih kurang atau belum sampaipada angka 100 responden, maka jumlah sampelnya dapatdigunakan secara keseluruhan dari jumlah populasi yang ada. Lalu jikapopulasi penelitian melebihi dari 100 orang, maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi yang ada.⁶⁹ Data yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan tehnik pengumpulan *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, serta bisa dianggap sebagai sampel yang mampu mewakili populasi.

Dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Rumus slovin:

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan (R&D)*, 130

⁶⁷ Kustin Sonya Benita, diwawancara oleh Shidqi Hamka Maulana, Probolinggo, 13 November 2022.

⁶⁸ Sugiyono, 81.

⁶⁹ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2012), 104

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

Keterangan:

n: Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

a: Toleransi ketidakteelitian dalam (%)⁷⁰

Dengan menggunakan nilai e 10% maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{4375}{1 + (4375 \times 10\%)^2}$$

$$n = \frac{4375}{1 + (4375 \times 0,1)^2}$$

$$n = \frac{4375}{1 + (4375 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{4375}{1 + (43,75)}$$

$$n = \frac{4375}{44,75} = 98$$

Berdasarkan perhitungan maka peneliti mendapatkan anggota sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98 nasabah (dibulatkan menjadi 100 nasabah) pensiunan yang masih aktif di Bank BTPN Kcp Probolinggo.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Bagian terpenting dalam penelitian adalah sebuah data yang berkenaan dengan data penelitian, karena inti dari sebuah penelitian adalah terkumpulnya

⁷⁰ Ma'ruf Abdullah, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 237.

data atau informasi yang nantinya akan diolah atau dianalisis kemudian hasilnya diterjemahkan sebagai kesimpulan atau hasil penelitian. Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data merupakan langkah penelitian yang paling strategis karena tujuan utama penelitian adalah pengumpulan data.⁷¹

Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuisisioner adalah cara pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.⁷² Dalam penyebaran kuisisioner terhadap penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert diperlukan untuk mengukur persepsi, pendapat dan sikap seseorang atau suatu kelompok terkait fenomena sosial yang ada.⁷³

Tabel 3.1
Tingkat Penilaian dan Jawaban

No	Jawaban	Bobot
1	Ss = Sangat setuju	5
2	S = setuju	4
3	Ks = Kurang setuju	3
4	Ts = Tidak setuju	2
5	Sts = Sangat tidak setuju	1

Sumber: diolah 2023

D. Analisis Data

Dalam suatu penelitian kuantitatif ini, analisis data adalah suatu pengolahan data setelah data dan jawaban yang di dapat dari respons serta sumber data lainnya terkumpul dengan lengkap. Analisis data merupakan

⁷¹ Sugiyono, 137.

⁷² Ma'ruf Abdullah, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 248.

⁷³ Sugiyono, 93.

proses pencarianserta menyusun dengan sistematis data yang telahdidapatkan dari hasil catatan observasi, penyebaran kuesione, sertadokumentasi dengan cara mengelola setiap data yang ada ke dalam kategori-katagori yang ada, penjelasan kedalam setiapbagian, melaksanakan sintesa, mengolah mana yang penting, menyusun ke dalam bagian-bagian yang disediakanlalu dipelajari serta membuat kesimpulan alhasil gampang dimengerti oleh pembaca atau orang lain pada umumnya, dan khususnya diri sendiri.⁷⁴

Dalam melakukan analisis data dalam penelitian ini dengan melalui beberapa tahapansebagai berikut:

1. Proses Editing

Mengedit data yang telah dikumpulkan melalui observasi atau survei lapangan merupakan langkah awal dalam proses analisis data. Intinya, tujuan pemrosesan atau pengeditan data adalah untuk memastikan bahwa data yang diamati dapat dievaluasi secara menyeluruh dan akurat.

2. Tabulasi.

Setelah menyajikan data yang diperoleh dalam bentuk tabel. Selanjutnya dilakukan tabulasi dengan tujuansupaya data bisa dengan mudah disusun, dihitungsertamudah dalam penataan data untuk disajikan dan dianalisa. Setelah proses tabulasi finish maka selanjutnya data-data yang ada di dalam tabel-tabel tersebut akan diolah dengan *software Statistical Package for Sosial Science (SPSS) version 26.0 for window*. Supaya informasi yang digabungkan bisa menghasilkan jawaban-jawaban

⁷⁴ Sugiyono, 44.

maka harus diolah serta dianalisa sehingga nantinya dapat diambil sebuah keputusan atau simpulan.

3. Uji instrument Data

a. Uji Validitas

Uji validitas bagi Arikunto berpendapat kalau keabsahan ialah skala yang membuktikan sejauh mana tingkatan kesahihan atau tidaknya sebuah data dapat juga artikan keabsahan suatu instrumen penelitian. Sependapat dengan itu Sugiyono mengemukakan bahwa uji validitas yakni kevalidan antara informasi yang terjalin dalam tiap subjek riset dengan data- data yang diperolehnya.⁷⁵

Uji validitas merupakan suatu posisi yang menggambarkan tingkatan bagian yang bertautan mampu mengukur apa saja yang akan dihitung atau diukur dalam penelitian.⁷⁶ Uji validitas pula ialah bagian kepastian antara data- data yang terjalin dalam setiap obyek riset, informasi yang sah ialah informasi yang tidak ada perbedaan antara data yang disampaikan oleh peneliti dengan suatu data yang ada dilapangan atau sesuai dengan keadaan yang ada pada objek.

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah data- data angket atau keusioner yang ada di dalam penelitian bernilai valid atau justru tidak valid nilainya. Pengujian uji validitas dalam penelitian ini

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 348.

⁷⁶ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, 167.

menggunakan SPSS *version 26.0 for window*. Adapun bagian nilai dalam penilaian uji validitas yaitu sebagai berikut:⁷⁷

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ = valid
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ = tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu uji kevalidan dan keabsahan instrumen di dalam penelitian dengan bertujuan supaya nantinya dapat mengetahui seberapa jauh skala atau alat ukur dapat dipastikan kebenarannya atau dipercaya. Uji reliabilitas merupakan sebuah instrumen uji yang apabila di uji beberapa kali untuk mengukur objek yang serupa, maka tetap akan menghasilkan uji yang sama nilainya.⁷⁸

Adapun uji reliabilitas terhadap penelitian ini dengan menggunakan metode *cronbach alpha* dengan bantuan aplikasi yang terdapat pada IMB SPSS *Version 26.0 for window*. Untuk kategori nilai tersendiri dalam uji reliabilitas terdapat lima bagian yaitu apabila nilai

hitung $< 0,200$ dinyatakan tidak reliabel, untuk nilai skala $0,210-0,400$ dinyatakan kurang reliabel, dengan skala nilai $0,410-0,600$ terbilang cukup reliabel, sedangkan untuk nilai berskala $0,6100,800$ dinyatakan reliabel, begitu juga skala nilai $> 0,810$ dinyatakan sangat reliabel.⁷⁹

⁷⁷ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 48.

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 28.

⁷⁹ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 168.

c. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi bertujuan untuk menghindari kesalahan spesifikasi (*misspecification*) model regresi yang digunakan. Adapun pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas

Normalitas dilakukan bermaksud untuk menguji dan mengetahui apakah pendistribusian data dalam penelitian dari masing-masing variabel memiliki nilai distribusi yang normal atau justru tidak normal. Uji normalitas terhadap penelitian ini dengan melaksanakan pendekatan uji yang nama *kolmogorov smirnov* test dimana kriteria nilainya yang terdapat dalam pengujian ini yaitu apabila nilai hasil hitung $> 0,05$ maka nilai distribusi dinyatakan dengan normal adapun sebaliknya apabila nilai dari

hasil hitung $< 0,05$ maka dapat dipastikan nilai item tidak terdistribusi dengan normal atau kata lainnya dinyatakan tidak normal.⁸⁰ Untuk menentukan normalitas digunakan pedoman sebagai berikut:

- a) Signifikan uji (α) = 0,05
- b) Jika $\text{sig} > \alpha$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

⁸⁰ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 160.

c) Jika $\text{sig} < \alpha$, maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

2) Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas merupakan uji untuk mengetahui apakah di dalam suatu persamaan regresi terdapat perbedaan varians terhadap residual dalam suatu penelitian yang satu ke penelitian yang lain. Dengan kata lain dalam persamaan regresi yang benar dalam penelitian harus terlepas dari permasalahan heteroskedastisitas. Pendapat Ghazali mengemukakan bahwa uji heteroskedastisitas bermaksud untuk menguji apa dalam persamaan regresi terjadi perbedaan variansi dari residu suatu penelitian ke penelitian lainnya.⁸¹

Adapun uji heteroskedastisitas dalam pembagiannya terbagi menjadi dua yaitu: uji heteroskedastisitas gletser dan uji scatterplot. Pada uji heteroskedastisitas gletser nilai dilihat dari

signifikan pada nilai tabel, bila nilai lebih besar dari 0,05 (T-tabel $> 0,05$) maka dapat dipastikan nilai variabel independen dinyatakan tidak terjadi permasalahan heteroskedastisitas gletser.

Adapun untuk model selanjutnya dilihat dari model gambar *scatterplot* jika model regresi pada titik-titik yang terdapat pada gambar tidak membuat pola khusus atau tertentu pada satu

⁸¹ Ghazali, 139.

sisi atau berdekatan dengan nilai 0 terhadap sumbu Y, maka dapat diartikan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas scatterplot.

Homoskedastisitas didefinisikan selaku persistensi penyimpangan residual dari satu observasi ke observasi selanjutnya; heteroskedastisitas merupakan terdapatnya sisa digresi yang berlainan. Bentuk regresi leluasa homoskedastisitas ataupun heteroskedastisitas merupakan bentuk yang bagus. Distribusi scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu y adalah residual dan variabel x yakni variabel prediktor x, dapat digunakan untuk menguji masalah heteroskedastisitas. Berikut ini yakni dasar untuk analisis heteroskedastisitas:

a) Bila ada wujud pola khusus semacam perihalnya titik yang membuat sesuatu pola keteraturan semacam melingkar, persegi dan sebagainya maka hal itu menunjukkan terjadi heteroskedastisitas

b) Sebaliknya jika titik tidak membentuk pola khusus yang tersebar di atas atau dibawah angka 0 ataupun sumbu Y maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Selain itu untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan keputusan mengenai pengaruh masing-masing variabel independen

terhadap dependen. Adapun cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolonieritas dengan cara melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) jika yang dihasilkan >10 maka model regresi tersebut ada multikolonieritas antara variabel bebas. Jika sebaliknya nilai <10 maka model regresi tersebut tidak ada multikolonieritas antara variabel bebas.⁸²

4) Uji Hipotesis

a) Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji parsial, sering dikenal sebagai uji T, terutama digunakan untuk menentukan seberapa jauh satu variabel bebas dapat menjelaskan suatu variasi bila digunakan secara bebas dari variabel terikat. Tentang hasil uji T, dapat dikatakan bahwa variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara signifikan jika nilai probabilitas signifikansi kurang dari 0,05 atau 5%.⁸³ Perlu dilihat bahwa hipotesis

dikatakan diterima apabila nilai signifikasinya (α) $< 0,05$ lalu hipotesis akan dinyatakan ditolak apabila nilai dari taraf signifikasinya (α) $> 0,05$. Adapun dasar dalam pengambilan keputusanyakni sebagai berikut ini :

(1) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka

H_a diterima dan H_o ditolak, dengan demikian bisa

⁸² Imam Ghozali, '*Aplikasi Analisis Multivariate dengan pogram SPSS*', (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 105-106.

⁸³ Ghozali, 98.

disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

(2) Jika $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan demikian bisa disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

b) Uji F

Menurut Imam Ghozali, uji F digunakan untuk mengetahui apakah persamaan model regresi benar atau tidak dan untuk menunjukkan apakah variabel independen yang terkandung dalam persamaan tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan. Dengan ambang batas signifikansi 0,05 dan kriteria evaluasi yang dapat diterapkan dalam uji F maka nilai dalam uji tersebut dapat ditunjukkan.⁸⁴

(1) Apabila $F\text{-hitung} >$ dari $F\text{-tabel}$ dan apabila probabilitasnya

bernilai lebih kecil dari nilai tingkat signifikasinya ($\text{sig} < 0,05$) maka dapat dikatakan model dalam penelitian tersebut sudah benar.

(2) Begitu juga sebaliknya apabila $F\text{-hitung} <$ dari $F\text{-tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa model penelitian tidak dapat dilanjutkan atau digunakan karena sudah tidak tepat atau model tersebut kurang tepat.

⁸⁴ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 98.

Uji F dipakai buat mengenali akibat simultan variabel independen terhadap variabel dependen serta ketepatan model regresi. Variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Variabel dependen berpengaruh terhadap variabel independen jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

c) Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi pada dasarnya untuk mengukur dan melihat sejauh mana ketepatan model dalam menjelaskan varian variabel terikat. Adapun nilai uji R^2 yaitu sebesar nol dan satu. Nilai uji koefisien determinasi jika kecil hal ini menjelaskan kekuatan variabel-variabel bebas dalam memberikan keseluruhan informasi terkait yang dibutuhkan untuk dapat mengukur atau memprediksi varian suatu variabel terikat. Adapun jika nilai uji R^2 mendekati angka satu hal ini

menunjukkan bahwa variabel bebas mampu memberikan keseluruhan informasi yang diperlukan untuk dapat mengukur atau memprediksi semua variabel terikat. Dan jika terdapat nilai yang menunjukkan bahwa *adjusted* R^2 bernilai bukan positif tetapi negatif, maka *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol.⁸⁵

Tetapi dalam uji R^2 perlu diketahui bahwa terdapat kelemahan yang mendasar dalam menggunakan uji koefisien

⁸⁵ Ghozali, 98.

determinasi yaitu kadang sukar bias terhadap jumlah variabel bebas ketika pengimputan data ke dalam model. perlu diketahui bahwa setiap ketambahan satu variabel bebas, maka nilai uji R^2 tidak akan mentoleransi apakah variabel tersebut berpengaruh dengan signifikan terhadap variabel terikat. Oleh sebab itu dalam penelitian ini menggunakan uji R^2 .

d) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisa regresi linier berganda ialah sesuatu analisa yang dipakai buat mencoba sebesar manapengaruh atau sejauh mana variabel bebas berpengaruh terhadap variabel dependen. Menurut Danang Sunyotocia berpendapat:⁸⁶ bahwa tujuan dari adanya analisis regresi linier buat mengenali seberapa besar akibat variabel bebas kepada variabel terikat itu sendiri.

Analisis regresi linier berganda, menurut Sugiyono,

digunakan peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan (kenaikan dan penurunan) variabel dependen nantinya ketika dua atau lebih variabel independen diubah sebagai faktor prediktor (nilainya dinaikkan atau diturunkan). Oleh karena itu, ketika setidaknya ada dua variabel independen, analisis regresi berganda dilakukan.⁸⁷

⁸⁶ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi, 2016), 47.

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 307.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = variabel independen

α = Konstansta

b_1 = Koefisien variabel pertama

b_2 = Koefisien variabel kedua

b_3 = Koefisien variabel ketiga

X_1 = Variabel pertama

X_2 = Variabel kedua

X_3 = Variabel ketiga.



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

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Bank BTPN

PT Bank Tabungan Pensiun Nasional Tbk (BTPN) dan PT Bank Sumitomo Mitsui Indonesia bergabung menjadi Bank BTPN, bank devisa (SMBCI). Kalangan pensiunan, UMKM, masyarakat prasejahtera produktif, segmen kelas konsumen, dan nasabah korporasi merupakan sebagian besar dari kategori target market Bank BTPN. Unit bisnis Bank BTPN antara lain unit bisnis pendanaan BTPN Sinaya, unit bisnis BTPN Bisnis Mikro yang fokus melayani pengusaha ekonomi mikro dan komunitasnya, serta unit bisnis BTPN Mitra Bisnis yang fokus melayani usaha kecil dan menengah. , semua mendukung fokus bisnis ini.⁸⁸

Bukan hanya itu, Bank BTPN juga memiliki divisi bernama BTPN Syariah yang berspesialisasi dalam membantu nasabah dari masyarakat sejahtera yang kurang terlayani. Bank BTPN dengan cara teratur membagikan penataran pembibitan serta data buat membuat kapasitas pelanggan supaya warga mempunyai peluang buat berkembang serta memperoleh peluang hidup yang lebih bagus melewati Program Energi, program pemberdayaan mass market yang terukur serta terukur.⁸⁹

⁸⁸ Bank BTPN, "Tentang Kami Bank BTPN," Tentang Bank BTPN, 15 Maret 2021, <https://www.btpn.com/id/tentang-kami/sekilas-btpn>

⁸⁹ Bank BTPN, "Tentang Kami Bank BTPN," Sekilas BTPN, 15 Maret 2021, <https://www.btpn.com/id/tentang-kami/sekilas-btpn>

Dengan diresmikannya merger pada 1 Februari 2019, Bank BTPN kini dapat menyediakan beragam layanan dan produk perbankan. Kisaran klien yang dilayani mulai dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang kurang beruntung secara ekonomi namun produktif hingga klien korporat.⁹⁰

2. Sejarah Bank BTPN

Didirikan di Bandung, Jawa Barat, pada 1958 dengan nama Bank Pegawai Pensiunan Militer (Bapemil), Bank berubah nama menjadi Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) di tahun 1986. Bank BTPN kini berkantor pusat di Jakarta dengan cabang-cabang di lebih dari 300 kota di seluruh Indonesia. Pada awalnya, Bank BTPN merupakan bank yang fokus melayani dan memberdayakan masyarakat berpendapatan rendah yang terdiri dari para pensiunan, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta komunitas prasejahtera produktif.⁹¹

Sejarah Bank BTPN berawal pada tahun 1958 di Bandung ketika 7 (tujuh) orang pendiri yang terdiri dari 2 orang cacat purnawirawan ABRI, 4 (empat) orang purnawirawan dan 1 (satu) orang sipil merasakan keprihatinan yang mendalam atas kesulitan hidup yang menimpa para pensiunan pada umumnya saat itu. Berbekal semangat kepeloporan dan keinginan mulia untuk membantu ekonomi para pensiunan baik dari ABRI maupun sipil, maka dibentuklah sebuah badan perkumpulan dengan nama BAPEMIL (Bank Pegawai Pensiunan Militer). PT Bank BTPN Tbk

⁹⁰ Bank BTPN, 35.

⁹¹ Bank BTPN, Laporan Keberlanjutan 2019 (PT Bank BTPN Tbk, 2019), 35.

didirikan pada tahun 1958 di Bandung, Jawa Barat, yang pada awalnya hanya menerima simpanan dan memberi pinjaman kepada anggota. Kemudian Bank bertransformasi menjadi PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional pada tahun 1985. BTPN resmi berdiri sebagai bank pada tahun 1993, melalui Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 055/KM.17/1993 tanggal 22 Maret 1993. Perubahan tersebut terjadi sejalan dengan lahirnya Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan (sebagaimana selanjutnya diubah dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998).⁹²

Usaha dan keinginan kuat BAPEMIL untuk memajukan perekonomian para pensiun itulah yang kemudian mengantar BAPEMIL ke babak berikut sejarahnya. Berkat usaha yang keras untuk menjunjung tinggi kepercayaan yang diberikan kepada masyarakat dan para mitra usaha pada tahun 1986 BAPEMIL berubah menjadi PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional dengan izin usaha sebagai bank tabungan. Berkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat maupun mitra usaha, maka pada tahun 1986 Bank Pegawai Pensiunan Militer (BAPEMIL) berganti nama menjadi Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) dan juga memperoleh izin sebagai bank komersial dengan izin usaha sebagai Bank Tabungan dalam rangka memenuhi ketentuan Undang-undang – Undang No. 14 Tahun 1967 tentang pokok-pokok perbankan untuk melanjutkan kegiatan usaha dari Bank Pegawai Pensiunan Militer (BAPEMIL).

⁹² Bank BTPN, *Adapting And Growing: Laporan Keuangan 2021* (Jakarta: PT. Bank BTPN Tbk, 2021), 55.

Nama yang digunakan pertama kali pada tahun 1958 adalah Bank Pegawai Pensiunan Militer (Bapemil). Bapemil bertransformasi menjadi PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional dengan izin usaha sebagai Bank Tabungan dalam rangka memenuhi ketentuan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perbankan yang berlaku pada waktu itu. Setelah resmi merger dengan SMBCI, nama PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk berubah menjadi PT Bank BTPN Tbk. Perubahan nama ini resmi berlaku setelah keputusan sebagai berikut :⁹³

- a. Persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0006169.AH.01.10.TAHUN 2019 tentang Persetujuan Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas tanggal 22 Januari 2019
- b. Keputusan Deputi Komisioner Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan No.KEP-9/PB.1/2019 tentang Penetapan Izin Usaha atas nama PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank BTPN Tbk tanggal 28 Januari 2019.

Pada usianya yang ke-50 pada tahun 2008, BTPN melakukan go public dengan melepas saham melalui penawaran umum perdana (IPO) serta mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta yang sekarang menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI). Tahun 2008 juga merupakan salah satu tonggak sejarah bagi BTPN, setelah TPG Nusantara S.a.r. mengakuisisi

⁹³ Bank BTPN, 55

71,61% saham BTPN. Fokus Bank pun bertambah ke sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). BTPN melakukan transformasi lanjutan melalui melakukan merger dengan PT Bank Sumitomo Mitsui Indonesia (SMBCI) yang efektif sejak tanggal 1 Februari 2019. Sejak tahun itu, BTPN resmi beroperasi sebagai bank baru hasil penggabungan usaha. Dalam menjalankan bisnisnya, Bank menjadi bank universal yang memiliki bisnis lebih lengkap dan melayani nasabah lebih luas, mulai dari segmen ritel hingga korporasi.⁹⁴

Bank Tabungan Pensiun Nasional menjalin kerjasama dengan PT. TASPEN (Tabungan Asuransi Pensiun), PT. Pos Indonesia, dan PT. ASABRI (Asuransi Angkatan Bersenjata Republik Indonesia) dalam rangka memperluas kegiatan usahanya sehingga Bank Tabungan Pensiun Nasional (BTPN) tidak hanya memberikan pinjaman tetapi juga dituntut untuk dapat melaksanakan “Tri Program Taspen” yaitu Pembayaran untuk Jaminan Hari Tua (THT), Pembayaran Sosial Tenaga Kerja.

Bank Tabungan Pensiun Nasional (BTPN) secara konsisten berupaya melakukan diversifikasi sarana dan prasarana, khususnya melalui pembangunan Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu baru yang tersebar di seluruh Indonesia. Bank Tabungan Pensiun Nasional (BTPN) memiliki kantor cabang pembantu di Prbolinggo.

⁹⁴ Bank BTPN, 55

3. VISI MISI

a. VISI

menjadi bank pilihan utama Indonesia yang memiliki kekuatan untuk meningkatkan taraf hidup jutaan orang secara signifikan, terutama dengan bantuan teknologi digital.⁹⁵

b. MISI

- 1) Memberikan solusi dan layanan keuangan yang komprehensif kepada bangsa Indonesia, negara, dan berbagai segmen bisnis ritel, mikro, UKM, dan korporasi di Indonesia.
- 2) Memberikan kesempatan yang bermanfaat bagi insan Bank BTPN untuk pengembangan profesionalnya.
- 3) Menghasilkan manfaat yang besar dan berjangka panjang bagi semua pihak yang terlibat, termasuk masyarakat Indonesia.
- 4) Menggunakan inovasi teknologi sebagai pembeda utama untuk menawarkan kualitas dan pengalaman terbaik kepada nasabah dan mitra Bank BTPN di kelasnya.

4. Nilai-Nilai Utama

Keputusan bisnis kami dipandu oleh cita-cita yang kami junjung tinggi. Ada 5 nilai total, seperti yang dijelaskan di bawah ini:⁹⁶

- a. Seorang profesional harus selalu bertindak dengan integritas dan standar moral yang tinggi.

⁹⁵ Bank BTPN, *Adapting And Growing: Laporan Keuangan 2021*, 62.

⁹⁶ Bank BTPN, 63.

- b. Berpusat pada pelanggan, terus mencari peluang untuk menawarkan nilai bagi pelanggan.
- c. Jadilah proaktif dan inventif; berani bertindak dan tidak pernah berhenti berinovasi.
- d. Kecepatan dan kualitas, membuat pengambilan keputusan dan kecepatan penyampaian layanan dan kualitas menjadi elemen pembeda.
- e. Kerja tim dan kolaborasi.

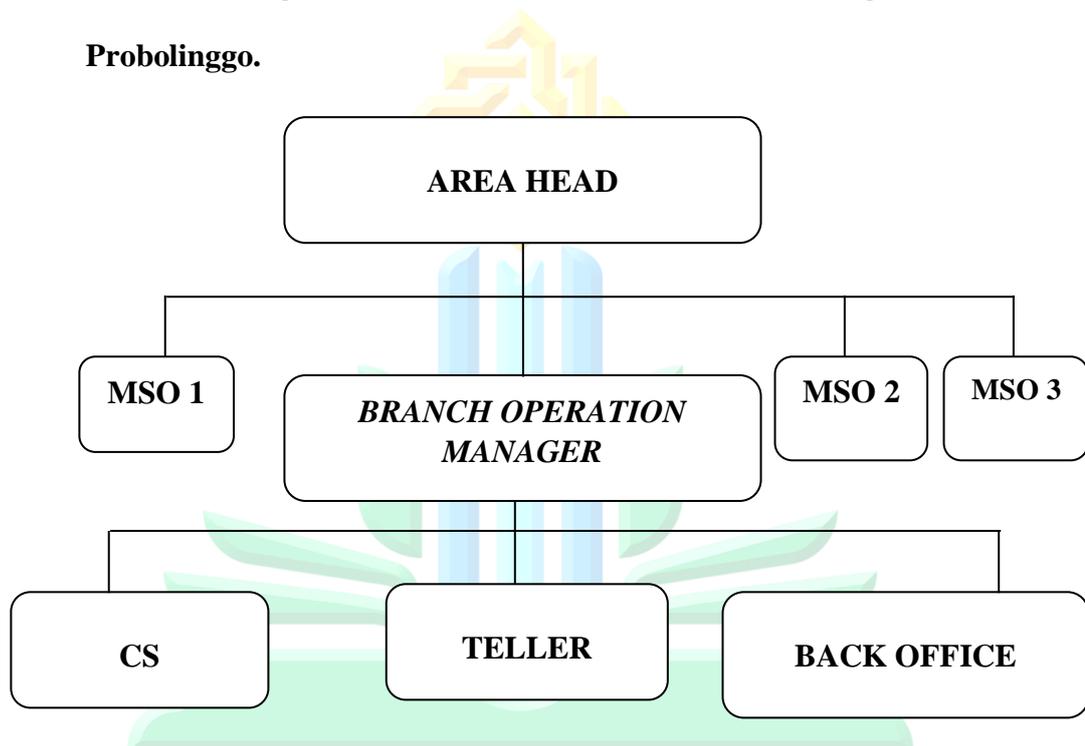
5. Makna Logo



Lingkaran berbentuk oval di atas huruf "n" yang menunjukkan seseorang sedang membungkuk menandakan bahwa Bank BTPN selalu siap melayani nasabahnya karena mayoritas nasabah kami benar-benar sudah pensiun, artinya pengabdian dan dedikasi mereka harus kita akui dengan memberikan layanan terbaik. Selanjutnya, konsep dasar Bank BTPN dijelaskan dalam lingkaran oval di atas huruf "n". Ini menyampaikan pesan bahwa "hidup memiliki lebih banyak untuk ditawarkan" (hidup dengan tujuan yang lebih besar) atau bahwa "hidup

memiliki lebih banyak untuk ditawarkan". Sejak merger dengan SMBC, Bank Tabungan Pensiun Nasional sebelumnya yang juga dikenal dengan nama Bank BTPN ini mengalami perubahan nama menjadi Member Of Sumitomo Mitsui Group (SMBC) pada namanya.

6. Struktur Organisasi Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.



Setiap struktur organisasi tidak terkecuali bank pasti memiliki tugas – tugas masing dalam peranannya menjabat sturktural termasuk bank BTPN KCP Pronolinggo agar nantiknya dalam proes pelaksanaan atau mengeperasikan tugas-tugasnya sesuai dengan tupoksi yang ada dari setiap struktural yang tercantum adapun tugas-tugas dari struktural organisasi bank BTPN KCP Probolinggo diantaranya:

a. Area Head.

- 1) Menjadi pimpinan sebagai pimpinan area.
- 2) Menjalinkan hubungan baik dengan pihak mitra ataupun pihak luar
- 3) Mengelola dan memanaajemen perusahaan dalam bidangnya guna mencapai target yang ada.

b. Branch Operation Manajer

- 1) Memimpin cabang di setiap daerah, menggantikan dewan baik di pada ataupun di luar majelis hukum pada hal-hal yang menyangkut pihak lain atau pihak ketiga dalam bidang keahliannya, bertindak atas nama direksi sesuai dengan surat kuasa dan surat khusus dari direksi. Menanggulangi aset serta anggaran bank, serta semua operasional kantor agen bersumber pada prinsip aturan mengurus yang bagus serta teratur administrasi cocok dengan prinsip serta aturan teratur yang diresmikan oleh dewan.

- 2) Perawatan serta logistik perlengkapan serta perkakas operasional kantor agen sesuai dengan ketentuan yang legal.

- 3) Menjaga hubungan formal dalam rangka kerjasama antara organisasi publik dan swasta, atau antara entitas keuangan dan non-keuangan, di wilayah kantor cabang untuk mendukung operasional bisnis bank.

- 4) Memanfaatkan staf dan sumber daya sebaik-baiknya untuk mendorong produktivitas dengan meningkatkan moral karyawan, pengetahuan materi pelajaran, dan hubungan dengan rekan kerja.
 - 5) Bertanggung jawab untuk memastikan keakuratan laporan keuangan berkala dan laporan lainnya yang berkaitan dengan Kantor Cabang.
 - 6) Mencari untuk mengklaim kredit untuk sesuatu yang telah diberikan secara bertanggung jawab.
 - 7) Mengatur dan mengawasi tugas-tugas yang didelegasikan kepada bawahan dengan memantau penyelesaiannya.
- c. Mobile Service Officer
- 1) Mencadangkan data transaksi di sistem secara berkala atau bertahap.
 - 2) Atasi masalah dengan masalah sistem seluler.
- d. Supervisor.
- 1) Memastikan operasional operasional kantor cabang dilakukan cocok dengan sasaran yang sudah diresmikan serta sesuai dengan aturan kerja.
 - 2) Menilai, mengawasi, dan mengelola arus kas untuk mempertahankan likuiditas pasokan kas harian
 - 3) Menganalisis, mengawasi, dan merencanakan tindak lanjut atas kredit bermasalah, dan melaporkan temuan kepada atasan.

e. Back Office.

- 1) Lakukan analisis kontrol dan awasi keakuratan data pada laporan eksternal seperti laporan pajak, laporan konsolidasi kantor cabang pembantu, laporan mingguan, dan laporan informasi debitur.
- 2) Melaksanakan pembukaan transaksi dari Kantor Cabang Pembantu
- 3) Mengatur pengarsipan dokumen terkait data akuntansi.
- 4) Memastikan bahwa operasi kas, pembukaan, dan pelaporan berhasil

f. Customer Service.

- 1) Mencetak cek dan bilyet giro sesuai permintaan nasabah
- 2) Membuka buku rekening sesuai permintaan nasabah.
- 3) Mendidik klien, termasuk klien potensial, tentang produk bank saat ini serta syarat dan prosedur terkait
- 4) Melayani klien dengan memberikan informasi tentang jumlah saldo dan perubahan rekening
- 5) Membantu nasabah Melayani dalam pemblokiran buku tabungan atau rekening Melayani percetakan cek atau bilyet giro.
- 6) Selesaikan tanggung jawab tambahan yang diberikan oleh pimpinan.

g. Teller.

- 1) Nasabah dilayani dengan memberikan layanan untuk melakukan transaksi perbankan berupa setor, tarik tunai atau non tunai, pencairan dana kredit, dan pembayaran kredit.
- 2) Pelanggan juga dilayani dengan melakukan penarikan terhadap jumlah saldo awal di kotak.
- 3) Memverifikasi keabsahan penerimaan kas
- 4) pencatatan hasil transaksi harian dibandingkan dengan buku kas harian
- 5) Lakukan perhitungan saldo akhir dan verifikasi kebenaran sisa dana transaksi dengan menggunakan sisa dana di mesin ATM tunai.
- 6) Melakukan setoran tunai kepada atasan selama atau setelah jam kerja.⁹⁷

7. Kegiatan Pokok Perusahaan

- a. Mengumpulkan simpanan dari klien merupakan aktivitas komersial dari menyimpan uang. Simpanan ini dapat berbentuk tabungan, sertifikat deposito, giro, dan deposito berjangka. Berikut penjelasan beberapa pilihan tabungan BTPN:

- 1) Taseto Premium

⁹⁷ Ismail, *“Manajemen Perbankan”*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013)

Taseto premium merupakan produk tabungan yang dibuat khusus untuk memungkinkan nasabah memperoleh hasil yang optimal dengan fleksibilitas rekening tabungan.

a) Tentang Taseto Premium.

Sudah tersedia layanan bentuk informasi melalui sinaya notifikasi baik SMS atau Email tentang transaksi rekening.

Adapun kartu yang bisa digunakan oleh nasabah untuk layanan ini yaitu kartu Three (3), Telkomsel, XL, Indosat, Axis

(1) Setoran awal minimal satu juta

(2) Rekening bisa diakses melalui cabang

(3) Sudah dilengkapi dengan kartu ATM

(4) Tabungan yang memberikan bentuk suku bunga yang kompetitif

(5) Buka dapat dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan yang diberlakukan oleh pemerintahan

(6) Tidak ada saldo yang ditahan oleh sistem

(7) Sudah tersedia layanan bentuk informasi melalui sinaya notifikasi baik SMS atau Email tentang transaksi

rekening. Adapun kartu yang bisa digunakan oleh nasabah untuk layanan ini yaitu kartu Three (3),

Telkomsel, XL, Indosat, Axis

b) Manfaat

- (1) Transaksi rekening atau akses rekening yang mudah.
- (2) Bentuk setoran awal masih terjangkau.
- (3) Dapat memberikan imbal hasil yang menguntungkan.
- (4) Mudah untuk bertransaksi di jaringan ATM bersama dan jaringan prima.

c) Resiko

- (1) Adanya resiko dalam bentuk operasional tentang transaksi menggunakan kartu Automated Teller Machine (ATM) / Debit salah satunya tentang koneksi jaringan ATM ataupun mesin Electronic Data Capture (EDC)
- (2) Selain itu, terdapat risiko suku bunga di pasar yang tidak dapat dijelaskan secara sederhana dalam bentuk perubahan suku bunga simpanan sebagai akibat dari kenaikan suku bunga di pasar.

2) Taseto Mapan

Ini adalah produk simpanan berjangka dengan bunga yang sebanding dengan deposito.

a) Tentang Taseto Mapan.

- (1) Setoran awal ninimalnya sebesar lima ratus ribu (Rp. 500.000)
- (2) Untuk setoran bulanan minimal sebesar seratus ribu rupiah (Rp. 100.000)

- (3) Rekening bisa di akses di kantor cabang yang ada
- (4) Pencairan dana yang ada di rekening akan dikenakan pinalti sebelum jatuh tempo.
- (5) Bunga yang di dapat bisa dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan yang diberikan pemerintahan.
- (6) Saldo di rekening yang di tahan Rp. 0 rupiah.
- (7) Tabungan dengan jangka waktu tertentu dapat diberikan suku bunga yang kompetitif.
- (8) Adapun untuk tenor bisa tersedia dengan minimal 6 bulan dan kelipatan dari 1 bulan sampai waktu maksimalnya 10 tahun dan itu bisa diperpanjang pada saat jatuh tempo.
- (9) Konsumen dapat memilih tanggal sebenarnya dari setoran bulanan. Akun juga dapat ditutup pada saat jatuh tempo, namun jika tidak diperpanjang oleh klien atau jika pelanggan lalai dalam komitmennya, akun hendak ditutup dengan cara otomatis oleh sistem dalam akhir bulan.

Bagaimanapun, pelanggan harus melakukan deposit dalam jumlah sebesar:

- (a) Determinasi ini legal untuk pelanggan yang membuka rekening sehabis bertepatan pada 27 April 2015 untuk ketiga kalinya secara berturut-turut.

(b) Sepanjang 6 kali beruntun, determinasi ini legal untuk pelanggan lama yang membuka rekening saat sebelum bertepatan pada 27 April 2015

b) Manfaat

- (1) Tanggal setoran yang mudah serta fleksibel
- (2) Dapat melakukan tambahan setoran bulanan pada sewaktu-waktu ingin melakukan setoran atau single top up
- (3) Memberikan bunga yang menarik kepada nasabah
- (4) Dapat membantu untuk disiplin nabung
- (5) Tersedia banyak pilihan tenor yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan nasabah
- (6) Bisa melakukan penambahan jumlah nominal setoran pada bulanan dengan kelipatan seratus ribu (Rp. 100.000) sebanyak 3 kali setoran dalam satu periode sejak ditetapkan.

c) Resiko

- (1) Terdapat resiko dikenakan *penalty* terhadap pencairan sebelum jatuh tempo yang hal itu dapat mengurangi simpanan nasabah
- (2) Terdapat resiko pasar tentang suku bunga dimana hal ini bisa menaikkan suku bunga dan selain itu adanya resiko dalam pasar tentang suku bunga dengan kenaikan suku

bunga yang ada di pasar tidak dapat langsung dituangkan dalam bentuk perubahan suku bunga simpanan

(3) Terdapat resiko dikenakan penalty dikarenakan rekening hendak ditutup dengan cara otomatis serupa sistem dalam akhir bulan bila rekening itu tidak diperpanjang oleh pelanggan ataupun bila pelanggan lupa atas kewajibannya maka harus melakukan setoran bunanan sebanyak:

(a) Sebanyak 3 kali beruntun ada pula determinasi ini legal kepada nasabah yang melaksanakan awal rekening sehabis bertepatan pada 27 april 2015

(b) Sebanyak enam kali berturut-turut, untuk ketentuan ini berlaku kepada nasabah yang sudah lama dan melakukan pembukaan rekening sejak sebelum tanggal 27 april 2015

3) Taseto Bisnis.

Taseto bisnis diterbitkan khusus untuk nasabah perusahaan dimana bunga dalam taseto bisnis yang setara dengan deposito

(1) Tentang Taseto Bisnis

(a) Setoran awal minimal serta saldo yang ditahan terhadap rekening atau ATM sebesar sepuluh juta (Rp. 10.000.000)

(b) Rekening bisa diakses melalui kantor cabang terdekat

- (c) Adalah tabungan yang bisa memberikan suku bunga yang kompetitif
- (d) Terhadap bunga yang didapatkan oleh nasabah, bisa dikenakan pajak sesuai dengan aturan yang dikeluarkan oleh pemerintahan
- (e) Agar tidak dikenakan *pinalty* dan agar bisa mendapatkan bunga maka saldo rata-rata harus sebesar Rp. 10.000.000.

(2) Manfaat

- (a) Kemudahan dalam mengakses rekening.
- (b) Jumlah setoran awal yang terjangkau.
- (c) Dapat memberikan imbal hasil yang menguntungkan atau kompetitif.

(3) Resiko

Meningkatnya suku bunga di pasar berarti bahwa risiko yang terkait dengan suku bunga tidak dapat dengan mudah tercermin melalui perubahan suku bunga simpanan

4) Tabungan Pasti.

Ini adalah tabungan yang ditawarkan kepada klien yang dapat menawarkan fleksibilitas, kenyamanan, dan kemudahan saat melakukan transaksi yang sangat sederhana.

a) Tentang Tabungan Pasti

- (1) Setoran awal minimal serta saldo yang ditahan terhadap rekening atau ATM sebesar sepuluh juta (Rp. 10.000.000)
- (2) Rekening bisa diakses melalui kantor cabang terdekat
- (3) Adalah tabungan yang bisa memberikan suku bunga yang kompetitif
- (4) Terhadap bunga yang didapatkan oleh nasabah, bisa dikenakan pajak sesuai dengan aturan yang dikeluarkan oleh pemerintahan.
- (5) Adapun terkait bunga dihitung berdasarkan saldo harian.
- (6) Agar tidak dikenakan pinalty dan agar bisa mendapatkan bunga maka saldo rata-rata harus sebesar Rp. 10.000.000.

b) Manfaat.

- (1) Kemudahan dalam mengakses rekening
- (2) Jumlah setoran awal yang terjangkau

(3) Dapat memberikan imbal hasil atau bunga yang menguntungkan atau kompetitif

c) Resiko.

Meningkatnya suku bunga di pasar berarti bahwa risiko yang terkait dengan suku bunga tidak dapat dengan mudah tercermin melalui perubahan suku bunga simpanan.

5) Deposito.

Bank Tabungan Pensiun Nasional menawarkan deposito berjangka yang dikenal sebagai deposito BTPN, yang dapat berkisar dari tenor 1 hingga 12 bulan, 18 bulan, dan 24 bulan dan menawarkan suku bunga yang kompetitif.

Masyarakat sangat tertarik dengan deposito berjangka dari Bank Tabungan Pensiun Nasional karena layanan nasabahnya yang canggih dan menguntungkan. Rekening deposito Bank Tabungan Pensiun Nasional memiliki keunggulan sebagai berikut:

- a) Investasi tumbuh lebih cepat ketika suku bunga deposito BTPN kompetitif.
- b) Tidak ada batasan perpanjangan deposit secara otomatis (Automatic Roll Over, atau ARO).
- c) Memiliki opsi untuk mentransfer bunga deposito ke rekening

giro atau rekening tabungan di Bank Tabungan Pensiun Nasional, keduanya memungkinkan penarikan tanpa batas.

Bunga simpanan juga dapat diinvestasikan kembali ke dalam prinsip simpanan

6) Giro BTPN Sinaya.

BTPN giro sinaya diluncurkan dengan khusus untuk mampu menunjang perekonomian atau suatu bisnis dari nasabah baik itu individu ataupun kelompok.

a) Tentang Giro BTPN Sinaya.

- (1) Untuk saldo minimalnya sebesar satu juta rupiah (Rp. 1.000.000)
- (2) Rekening bisa diakses melalui kantor cabang terdekat
- (3) Adanya pelayan dalam bentuk kartu ATM yang tersedia untuk nasabah individu atau perorangan.
- (4) Terhadap bunga yang didapatkan oleh nasabah, bisa dikenakan pajak sesuai dengan aturan yang dikeluarkan oleh pemerintahan
- (5) giro dilengkapi dengan kemampuan penulisan cek, slip giro, dan fitur lainnya

b) Manfaat.

- (1) Kemudahan dalam mengakses rekening
- (2) Jumlah setoran awal yang terjangkau
- (3) Dapat memberikan imbal hasil atau bunga yang menguntungkan atau kompetitif

c) Resiko

Transaksi yang menggunakan kartu ATM/Debit memiliki risiko operasional yang salah satunya terkait dengan koneksi jaringan ATM atau perangkat Electronic Data Capture (EDC).

Terdapat risiko transaksi terkait penggunaan fasilitas gilyet giro atau buku cek, seperti kemungkinan tidak cukupnya

dana pada buku rekening atau penolakan dari sistem atau bank yang menerbitkannya.

(1) Dengan adanya kenaikan suku bunga pasar yang tidak dapat segera dikomunikasikan dalam bentuk perubahan suku bunga simpanan, terdapat risiko di pasar tentang suku bunga.

(2) Transaksi yang menggunakan kartu ATM/Debit memiliki risiko operasional yang salah satunya terkait dengan koneksi jaringan ATM atau perangkat Electronic Data Capture (EDC).

(3) Terdapat risiko transaksi terkait penggunaan fasilitas gilyet giro atau buku cek, seperti kemungkinan tidak cukupnya dana pada buku rekening atau penolakan dari sistem atau bank yang menerbitkannya.

b. Kegiatan usaha perkreditan, yang meliputi pengarahannya atau pemberian pinjaman sesuai dengan kredit yang tersedia. Berikut ini dikreditkan:

1) Kredit karyawan aktif

Kredit karyawan aktif atau KKA merupakan suatu kredit yang memberikan fasilitas yang diterbitkan khusus untuk nasabah yang merupakan karyawan atau pegawai aktif dalam suatu perusahaan dan instansi.

a) Tentang Kredit Karyawan Aktif

Pembayaran angsuran dari kredit itu sendiri terdiri dari bunga dan gaji pokok

- (1) Batas usia bagi pemimjang yaitu minimal 25 tahun
- (2) Untuk jangka waktu kredit tersendiri yaitu minimal 12 bulan dan maksimal 10 tahun
- (3) Adapun kredit dengan angsuran konstan serta dalam jangka waktunya tertentu maka harus dibayar setiap bulan dari gaji karyawan yang didapatkan
- (4) Nasabah merupakan Pegawai Negeri Sipil (PNS), karyawan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) serta karyawan swasta itu sendiri
- (5) Bentuk pinjaman maksimal hanya tiga ratus juta (Rp. 300.000.000)
- (6) Pembayaran angsuran dari kredit itu sendiri terdiri dari bunga dan gaji pokok

b) Manfaat.

- (1) Bisa melakukan *tup up* bentuk pinjaman
- (2) Untuk calon debitur sendiri dapat kebebasan untuk menentukan besaran nilai dari angsuran kredit serta jangka waktu dari peminjaman kredit
- (3) Dapat memenuhi kebutuhan dari nasabah baik itu kebutuhan pokok atau kebutuhan primer

c) Resiko.

Akan dikenakan denda apabila terjadi pelunasan kredit atau angsuran sebelum waktunya jatuh tempo kecuali dengan bermaksud untuk mengajukan peminjaman lagi.

(1) Para debitur wajib membayar dan melunasi angsuran kredit apabila yang bersangkutan pensiun dan mengundurkan diri atau pindah ke perusahaan lain yang tidak melakukan kerja sama dengan instansi terkait dimana debitur meminjang kredit.

(2) Terdapat denda yang diberikan pihak bank kepada debitur jika melakukan kesalahan dengan terlambat dalam pembayaran angsuran

(3) Akan dikenakan denda apabila terjadi pelunasan kredit atau angsuran sebelum waktunya jatuh tempo kecuali dengan bermaksud untuk mengajukan peminjaman lagi.

2) Kredit Lintas Manfaat

Kredit ini merupakan suatu kredit yang diberikan kepada karyawan atau pegawai guna memfasilitasi mereka ketika sudah memasuki masa pensiun dalam kurung waktu maksimal 5 tahun atau 60 bulan.

a) Tentang Kredit Lintas Manfaat.

Dalam pengajuan peminjam dilindungi oleh asuransi sehingga jika sewaktu-waktu debitur meninggal dunia maka

bisa dilunasi oleh instansi asuransi selama dokumen-dokumen dari debitur masih lengkap

- (1) Batas usia bagi pemimjang yaitu minimal 25 tahun
- (2) Untuk jangka waktu kredit tersendiri yaitu minimal 12 bulan dan maksimal 10 tahun.
- (3) Pembayaran angsuran kredit dapat berupa bunga dan porsi pokok.
- (4) Nasabah merupakan Pegawai Negeri Sipil (PNS), karyawan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) serta karyawan swasta itu sendiri
- (5) Bentuk pinjaman maksimal hanya tiga ratus juta (Rp. 300.000.000)
- (6) Penyaluran kredit hanya dapat dilakukan dengan instansi yang memiliki kerja sama antara tempat debitur bekerja dengan perusahaan Bank BTPN atau juga koperasi yang memiliki aturan tentang pemotongan gaji bagi debitur
- (7) Dalam pengajuan peminjam dilindungi oleh asuransi sehingga jika sewaktu-waktu debitur meninggal dunia maka bisa dilunasi oleh instansi asuransi selama dokumen-dokumen dari debitur masih lengkap.

b) Manfaat.

- (1) Memuaskan kebutuhan pelanggan karyawan, termasuk kebutuhan konsumsi dan produksi

- (2) Dapat digunakan untuk menutupi pengeluaran saat Anda mempersiapkan perusahaan Anda untuk masa pensiun
 - (3) Sesuai dengan kemampuannya, calon debitur dapat memilih jangka waktu kredit dan nilai cicilan.
 - (4) Pembayaran sebagian dalam pensiun dapat dimodifikasi dengan tarif yang lebih rendah daripada tarif tenur karena pendapatan pensiun debitur seringkali lebih kecil
- c) Resiko.
- (1) Para debitur wajib membayar dan melunasi angsuran kredit apabila yang bersangkutan pensiun dan mengundurkan diri atau pindah ke instansi lain yang tidak melakukan kerja sama dengan instansi terkait dimana debitur meminjang kredit
 - (2) Terdapat denda yang diberikan pihak bank kepada debitur jika melakukan kesalahan dengan terlambat dalam pembayaran angsuran.
 - (3) Akan dikenakan denda jika terjadi pelunasan kredit atau angsuran sebelum waktunya jatuh tempo kecuali dengan bermaksud untuk mengajukan peminjaman lagi.
 - (4) Apabila bendahara atau personal dari instansi tempat debitur bekerja yang memiliki kewajiban untuk membayar angsuran dari debitur kemudian telat dalam pembayaran angsuran terhadap Bank BTPN yang telah

jatuh tempo, maka dalam hal ini peminjam memiliki tanggung jawab untuk melunasi tanggungan yang terlambat tersebut.

3) Kredit Pensiun Sejahtera

Kredit pensiunan sejahtera merupakan produk kredit yang diterbitkan khusus untuk nasabah pensiunan.

a) Tentang Kredit Pensiun Sejahtera

(1) Batas usia bagi pemimjang yaitu minimal 25 tahun yang berasal dari pensiuna baik itu duda atau janda

(2) Untuk jangka waktu kredit tersendiri yaitu minimal 12 bulan dan maksimal 10 tahun

(3) Pembayaran angsuran kredit dapat berupa bunga dan porsi pokok

(4) Nasabah merupakan Pegawai Negeri Sipil (PNS), karyawan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) serta karyawan swasta itu sendiri.

(5) Bentuk pinjaman maksimal hanya tiga ratus juta (Rp. 300.000.000)

(6) Pembayaran kredit dapat berupa bunga serta angsuran pokok.

(7) Pinjaman dengan pembayaran gaji bulanan pensiunan dan angsuran pokok dan bunga untuk jumlah waktu yang telah ditentukan

b) Manfaat.

Pelayanan pencairan dana kredit berlangsung dengan cepat bisa cair pada hari yang sama saat pengajuan apabila dokumen atau berkas sudah lengkap Bisa melakukan top up dalam peminjaman Dapat memenuhi kebutuhan konsumen baik itu berupa produktif ataupun konsumtif

Dalam pengajuan peminjam dilindungi oleh asuransi sehingga jika sewaktu-waktu debitur meninggal dunia maka bisa dilunasi oleh instansi asuransi selama dukumendokumen dari debitur masih lengkap

(1) Pelayanan pencairan dana kredit berlangsung dengan cepat bisa cair pada hari yang sama saat pengajuan apabila dokumen atau berkas sudah lengkap

(2) Bisa melakukan top up dalam peminjaman

(3) Dapat memenuhi kebutuhan konsumen baik itu berupa produktif ataupun konsumtif

(4) Dalam pengajuan peminjam dilindungi oleh asuransi sehingga jika sewaktu-waktu debitur meninggal dunia maka bisa dilunasi oleh instansi asuransi selama dukumendokumen dari debitur masih lengkap

c) Resiko

(1) Peminjam pensiun janda harus melunasi semua pinjaman jika orang tersebut menikah lagi dan pengurus dana pensiun berhenti membayar pensiunnya

(2) Denda yang dipotong dari jumlah yang dibayarkan kepada debitur dikenakan kepada debitur yang ingin melunasi pinjaman lebih awal dengan tujuan agar tidak lagi mengajukan pinjaman kepada Bank BTPN

(3) Keterlambatan pengelola dana pensiun dalam mentransfer uang pensiun dapat menyebabkan mereka tidak memiliki sumber pembayaran cicilan, yang dapat menyebabkan kegagalan pembayaran pinjaman dan penurunan kualitas pinjaman

(4) Ketiadaan peminjam untuk menerima manfaat pensiun dapat mengakibatkan tidak berkurangnya manfaat pensiun, tidak terbayarnya pembayaran pinjaman, yang berujung pada penurunan kelayakan kredit

4) Kredit Pensiun Sejahtera Plus

Kredit pensiunan ini merupakan suatu kredit yang diberikan oleh pihak Bank BTPN kepada pegawai yang ingin memasuki usia pensiunannya dalam jangka waktu kurang dari enam bulan

a) Tentang Kredit Pensiun Sejahtera Plus

(1) Pada akhir masa tenggang atau pada saat pelunasan, seluruh obligasi (pokok dan bunga) harus dikembalikan dan langsung dipotong dari pembayaran THT.

(2) Kelompok sasaran merupakan pejabat PNS (Pegawai Negeri Sipil), pegawai otoritas publik dengan tugas operasional kurang lebih dari 6 bulan sebelum masa pensiun

(3) Pinjaman dengan pembayaran modal dan bunga yang ditangguhkan (masa bebas) selama maksimal 6 (enam) bulan dengan pelunasan program pensiun Tabungan Hari Tua (THT) secara bersamaan setelah berakhirnya masa tenggang atau setelah berakhirnya masa tenggang.

(4) Adapun jangka waktu dalam kredit dengan minimal satu bulan sedangkan maksimal enam bulan

(5) Untuk pinjaman memiliki nilai maksimal tiga ratus juta (Rp. 300.000.000)

b) Manfaat

(1) Pelayanan pencairan dana kredit berlangsung dengan cepat bisa cair pada hari yang sama saat pengajuan apabila dokumen atau berkas sudah lengkap

(2) Dapat memenuhi kebutuhan konsumen baik itu berupa produktif ataupun konsumtif

(3) Dalam pengajuan peminjam dilindungi oleh asuransi sehingga jika sewaktu-waktu debitur meninggal dunia maka bisa dilunasi oleh instansi asuransi selama dokumen-dokumen dari debitur masih lengkap

c) Resiko

Ketika keterlambatan dalam mengurus manfaat dari tabungan hari tua maka akan menyebabkan tanggungan pelunasan dari seluruh kewajiban yang akan berdampak kepada penurunan dari kualitas kredit yang diajukan peminjam nantinya.

5) Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bukalapak

KUR bukalapak merupakan suatu produk dari Bank BTPN yang diberikan kepada pelaku UMKM yang berjualan di situs atau toko online bukalapak tanpa adanya jaminan yang diminta oleh pihak Bank kepada debitur

a) Tentang Kredit Usaha Rakyat Bukalapak

(1) Besaran nilai atau nominal yang dapat digunakan oleh peminjam dalam produk ini sebesar satu juta sampai dengan dua puluh lima juta (1jt – 25jt) dengan jangka waktu pelunasan paling lama sampai 2 tahun atau 24 bulan

(2) Produk ini merupakan produk Bank BTPN yang berikan kepada pelaku UMKM tanpa adanya jaminan dalam pengajuan pinjamannya

b) Manfaat.

Ada fasilitas yang memberikan kesempatan kepada peminjam untuk ikut pelatihan serta mendapatkan pelatihan dengan tujuan untuk mendongkrak dan membantu debitur sebagai pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha yang mereka jalani

Kredit KUR bisa digunakan untuk modal usaha mereka dalam menjalankan usaha UMKM atau juga bisa sebagai modal investasi guna mengembangkan usaha peminjam

(1) Ada fasilitas yang memberikan kesempatan kepada peminjam untuk ikut pelatihan serta mendapatkan

pelatihan dengan tujuan untuk mendongkrak dan membantu debitur sebagai pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha yang mereka jalani

(2) Kredit KUR bisa digunakan untuk modal usaha mereka dalam menjalankan usaha UMKM atau juga bisa sebagai modal investasi guna mengembangkan usaha peminjam

c) Resiko

- (1) Ketika terlambat dalam melakukan pembayaran terhadap pelunayan pinjaman maka debitur akan tercatat dalam sistem Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia serta tercatat sebagai debitur bermasalah selama dua tahun atau 2 tahun
- (2) Apabila terlambat dalam melakukan pembayaran pinjaman atau pelunasan maka akan dikenakan denda sebesar empat persen atau 4% setiap bulannya dari kewajiban pinjaman yang harus dibayar oleh debitur

6) Kredit Usaha Rakyat Mikro

Kredit usaha mikro rakyat merupakan salah satu produk dari Bank BTPN yang berikan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tanpa adanya jaminan yang diminta oleh pihak Bank.

a) Tentang KUR

- (1) Besaran nilai atau nominal yang dapat digunakan oleh peminjam dalam produk ini sebesar satu juta sampai dengan dua puluh lima juta (1jt – 25jt) dengan jangka waktu pelunasan paling lama sampai 36 bulan jika digunakan untuk melakukan usaha sedangkan jika digunakan untuk investasi maka pelunasan paling lama 5 tahun

(2) Produk ini merupakan produk Bank BTPN yang berikan kepada pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) tanpa adanya jaminan dalam pengajuan pinjamannya

b) Manfaat.

(1) Ada fasilitas yang memberikan kesempatan kepada peminjam untuk ikut pelatihan serta mendapatkan pelatihan dengan tujuan untuk mendorong dan membantu debitur sebagai pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha yang mereka jalani

(2) Kredit KUR bisa digunakan untuk modal usaha mereka dalam menjalankan usaha UMKM atau juga bisa sebagai modal investasi guna mengembangkan usaha peminjam

c) Resiko.

Ketika terlambat dalam melakukan pembayaran terhadap pelunayan pinjaman maka debitur akan tercatat dalam sistem Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia serta tercatat sebagai debitur bermasalah selama kurang lebih 24 bulan

Apabila terlambat dalam melakukan pembayaran pinjaman atau pelunasan maka akan dikenakan denda sebesar lima persen atau 5% setiap bulannya dari kewajiban pinjaman yang harus dibayar oleh debitur

- (1) Ketika terlambat dalam melakukan pembayaran terhadap pelunayan pinjaman maka debitur akan tercatat dalam sistem Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia serta tercatat sebagai debitur bermasalah selama kurang lebih 24 bulan.
- (2) Apabila terlambat dalam melakukan pembayaran pinjaman atau pelunasan maka akan dikenakan denda sebesar lima persen atau 5% setiap bulannya dari kewajiban pinjaman yang harus dibayar oleh debitur.

7) Kredit Usaha Rakyat (KUR) Retail

Kredit usaha mikro rakyat merupakan salah satu produk dari Bank BTPN yang berikan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) baik itu sebagai pedagang atau pengusaha yang beregraka pada sektor UMKM tanpa adanya jaminan yang diminta oleh pihak Bank

a) Tentang Kredit Usaha Rakyat (KUR) Retail.

- (1) Besaran nilai atau nominal yang dapat digunakan oleh peminjam dalam produk ini mulai sebesar kurang lebih mulai dua puluh lima juta sampai dengan dua ratus juta ($> 25jt - 200jt$) dengan jangka waktu pelunasan paling lama sampai 48 bulan jika digunakan untuk melakukan usaha sedangkan jika digunakan untuk investasi maka pelunasan paling lama 5 tahun

(2) Produk ini merupakan produk Bank BTPN yang berikan kepada pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) baik itu pedagang ataupun pengusaha UMKM tanpa adanya jaminan dalam pengajuan pinjamannya.

b) Manfaat.

Kredit KUR bisa digunakan untuk modal usaha mereka dalam menjalankan usaha UMKM atau juga bisa sebagai modal investasi guna mengembangkan usaha peminjam

(1) Ada fasilitas yang memberikan kesempatan kepada peminjam untuk ikut pelatihan serta mendapatkan pelatihan dengan tujuan untuk mendongkrak dan membantu debitur sebagai pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha yang mereka jalani

(2) Kredit KUR bisa digunakan untuk modal usaha mereka dalam menjalankan usaha UMKM atau juga bisa sebagai modal investasi guna mengembangkan usaha peminjam

c) Resiko

Ketika terlambat dalam melakukan pembayaran terhadap pelunayan pinjaman maka debitur akan tercatat dalam sistem Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia serta tercatat sebagai debitur bermasalah selama dua tahun

Apabila terlambat dalam melakukan pembayaran pinjaman atau pelunasan maka akan dikenakan denda sebesar empat persen atau 5% setiap bulannya dari kewajiban

(1) Ketika terlambat dalam melakukan pembayaran terhadap pelunasan pinjaman maka debitur akan tercatat dalam sistem Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia serta tercatat sebagai debitur bermasalah selama dua tahun.

(2) Apabila terlambat dalam melakukan pembayaran pinjaman atau pelunasan maka akan dikenakan denda sebesar empat persen atau 5% setiap bulannya dari kewajiban pinjaman yang harus dibayar oleh debitur.

8) Pinjaman berjangka.

Pinjaman berjangka merupakan produk pinjaman yang dikeluarkan oleh pihak Bank BTPN kepada nasabah yang sedang membutuhkan biaya untuk modal melakukan usaha. Pinjaman tersebut dapat berupa bersifat waktu tertentu atau permanen sesuai dengan kontrak yang dilakukan dan pengajuan

a) Tentang Pinjaman Berjangka

Pinjaman diberikan dalam bentuk mata uang rupiah dengan maksimal pinjaman sebesar Rp. 50 miliar dari total pinjaman

(1) Pinjaman ini bersifat revolving dalam artian pengajuan pinjaman atau debitur bisa melakukan pembayaran ataupun penarikan kembali atas pinjaman yang dilakukan

debitur dalam sewaktu-waktu selama jangka waktu pinjaman berlangsung

- (2) Dalam pinjaman diberikan saldo minus yang berupa sebesar besaran pinjaman yang di inginkan debitur di dalam rekening giro nya. Dengan kata lain peminjam diperbolehkan mempunyai saldo yang minus
- (3) Proses pembayaran angsuran atau pelunasa selama 12 bulan namun dapat diperpanjang dikemudian hari
- (4) Pengajuan pinjaman bisa individu atau perorangan ataupun perusahaan dan kelompok
- (5) Pinjaman diberikan dalam bentuk mata uang rupiah dengan maksimal pinjaman sebesar Rp. 50 miliar dari total pinjaman

b) Manfaat.

Dalam pinjaman berjangka memberikan kebebasan

kepada peminjam untuk mengelola modal kerjanya dengan bersifat fluktuatif

c) Resiko.

Akan ada kerugian berupa kerugian akan resiko pasar tentang penerapan suku bunga yang bersifat floating atau mengambang

- (1) Dapat terjadi akan adanya penolakan dari cek atau giro yang diajukan oleh peminjan jika jumlah atau nominal

saldo yang ada kurang dari yang persyaratan dan ketentuan dalam pengajuan

- (2) Adanya resiko akan dikenakan biaya berupa biaya *penalty* jika terjadi penutupan terhadap usaha atau fasilitas sebelum nyampak pada jatuh temponya
- (3) Akan ada kerugian berupa kerugian akan resiko pasar tentang penerapan suku bunga yang bersifat floating atau mengambang.⁹⁸

B. Penyajian Data.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data primer yang diperoleh berdasarkan penyebaran kuesioner (angket) yang dilakukan terhadap nasabah Bank BTPN kantor cabang pemabntu Probolinggo pada tahun 2023. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka hasil penelitian menyajikan dan menganalisis data dalam bentuk penyajian data sesuai dengan hasil pengukuran.

1. Penyebaran Kuesioner

Table 4.1
Data sampel yang diperoleh (sebaran kuesioner)

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Kuesioner disebar	100	100%
2	Kuesioner yang dipakai (diisi)	100	100%
3	Kuesioner yang kembali	100	100%
4	Kuesioner yang tidak terpakai	0	0%
5	Kuesioner yang tidak dipakai (tidak diisi)	0	0%

Sumber : hasil pengolahan data primer 2023

⁹⁸ Bank BTPN, *Produk & Layanan*, <https://www.btpn.com/id/produk-dan-layanan/simpanan>, diakses pada 1 Maret 2023 pukul 14.00 WIB

Data diatas pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari penyebaran kuesioner sebanyak 100 kuesioner yang kembali 100%. Berarti secara keseluruhan setiap penyebaran yang dilakukan dijawab oleh beberapa Nasabah Bank BTPN kantor cabang pembantu Probolinggo. Sehingga data yang dapat diolah pun sebanyak 100 kuesioner

2. Distribusi Penyebaran

Table 4.2
Distribusi Penyebaran Kuesioner

No	Cabang/Daerah	Jumlah Responden	Persentase
1	BTPN KCP Probolinggo	100	100%

Sumber : Hasil pengolahan data primer 2023

Data diatas pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa proporsi penyebaran kuesioner dari 100 responden yang mengisi berada di wilayah Probolinggo dan dapat diketahui memang dari jumlah sampel nasabah Bank BTPN kantor cabang pembantu area Probolinggo sebanyak 100 nasabah.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan membandingkan hasil dari total rasio yang diteliti. Dari analisis data dapat diambil kesimpulan.

Oleh karena itu, data harus dikontrol sebelum diperiksa agar berfungsi sebagai blok bangunan mendasar untuk pengambilan keputusan guna mengatasi perumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik dilakukan guna memberikan pandangan berdasarkan dari nilai maksimal, minimal, mean serta standar deviasi pada setiap variabel. Mengenai hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	30.00	48.00	39.61	4.155
Tingkat Kepercayaan	100	32.00	40.00	37.96	1.989
Kepuasan Nasabah	100	23.00	40.00	34.90	4.738
Loyalitas Nasabah	100	22.00	40.00	33.42	3.900
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Hasil Pengolahan data primer SPSS 26.0, 2023

Dari data uji statistik deskriptif pada tabel 4.3 dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan nilai minimal pada 30 adapun nilai maksimal dengan angka 48 dan nilai mean sendiri sebesar 39.61 dan terakhir nilai standar deviasi sebesar 4.155
- b. Variabel tingkat kepercayaan (X2) memiliki nilai minimal sebesar 32 dengan nilai maksimalnya diangka 40 adapun nilai mean 37,96 dan nilai standar deviasi sebesar 1.989
- c. Adapun variabel kepuasan nasabah (X3) nilai minimalnya sebesar 23 dan nilai maksimalnya 40 dan nilai meannya 34,90 dan untuk nilai standar deviasi sebesar 4.738

- d. Sedangkan variabel terikat sendiri yaitu variabel loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai minimal sebesar 22 serta dengan nilai maksimalnya menunjukkan nilai 40 untuk nilai meannya tersendiri sebesar 33.42 serta nilai standar deviasi sebesar 3.900

2. Uji Intrument Data

a. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas adalah cara untuk mengukur seberapa baik suatu instrumen valid, atau lebih umum, seberapa valid intrumen tersebut. Tujuan dari uji validitas adalah untuk menentukan apakah penelitian menggunakan data kuesioner yang tersebar menunjukkan bahwa itu valid atau, kemungkinan besar, tidak valid. Menggunakan SPSS for Windows versi 26.0 untuk uji validitas investigasi.⁹⁹ Berikut kriteria penjurian uji validitas .

- 1) Jika $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$, maka dapat dikatakan bahwa kuesioner atau angket yang disebar dinyatakan valid
- 2) Jika $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$, maka bisa dinyatakan bahwa kuesioner atau angket yang tersebar dinyatakan tidak valid

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Hasil
1.	KP1	0.453	0.196	VALID
2.	KP2	0.677	0.196	VALID
3.	KP3	0.420	0.196	VALID
4.	KP4	0.555	0.196	VALID

⁹⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2011), 48.

No.	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Hasil
5.	KP5	0.438	0.196	VALID
6.	KP6	0.555	0.196	VALID
7.	KP7	0.326	0.196	VALID
8.	KP8	0.453	0.196	VALID
9.	KP9	0.642	0.196	VALID
10.	KP10	0.326	0.196	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data primer SPSS 26.00, 2023

Berdasarkan pada table 4.4 yang menunjukkan nilai bahwa seluruh item yang diajukan memiliki nilai (r-hitung) > r-tabel yaitu dengan taraf signifikan dimana nilainya ($\alpha = 0,05$ dan $n = 100$). Sehingga yang digunakan pada table adalah nilai tabel dengan $n = 100$ dimana memperoleh nilai r-tabelnya 0.196. Hal ini membuktikan bahwa seluruh item pertanyaan kualitas pelayanan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid dan bisa digunakan sebagai variabel yang dapat diajukan dalam penelitian ini atau dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kepercayaan

No.	Item Pertanyaan	R hitung	R table	Hasil
1.	TK1	0.611	0.196	VALID
2.	TK2	0.647	0.196	VALID
3.	TK3	0.606	0.196	VALID
4.	TK4	0.647	0.196	VALID
5.	TK5	0.415	0.196	VALID
6.	TK6	0.608	0.196	VALID
7.	TK7	0.570	0.196	VALID
8.	TK8	0.608	0.196	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data primer SPSS 26.00, 2023

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) dan $n = 100$, semua soal diperoleh nilai r -hitung $>$ r -tabel. Nilai r -tabel dengan demikian adalah 0.196. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan tingkat kepercayaan dalam penelitian ini telah terbukti dapat diandalkan dan valid, dan memungkinkan untuk digunakan dalam penelitian dan sebagai alat untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

No.	Item Pertanyaan	R hitung	R table	Hasil
1.	KN1	0.327	0.196	VALID
2.	KN2	0.867	0.196	VALID
3.	KN3	0.929	0.196	VALID
4.	KN4	0.209	0.196	VALID
5.	KN5	0.259	0.196	VALID
6.	KN6	0.881	0.196	VALID
7.	KN7	0.668	0.196	VALID
8.	KN8	0.922	0.196	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data primer SPSS 26.0, 2023

Semua item pertanyaan memiliki R -hitung $>$ R -tabel dengan tingkat signifikan 0.05 dan nilai $n = 100$, seperti pada tabel 4.6. Dengan demikian, nilai r -tabel penelitian ini adalah 0.196. ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan terkait keterlibatan kerja yang diajukan untuk penelitian ini telah disetujui sah dan dapat digunakan sebagai alat penelitian. Pernyataan tersebut juga menunjukkan bahwa variabel yang diselidiki dapat diukur dengan menggunakan pernyataan yang disediakan.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah

No.	Item Pertanyaan	R hitung	R table	Hasil
1.	LN1	0.412	0.196	VALID
2.	LN2	0.760	0.196	VALID
3.	LN3	0.727	0.196	VALID
4.	LN4	0.349	0.196	VALID
5.	LN5	0.500	0.196	VALID
6.	LN6	0.609	0.196	VALID
7.	LN7	0.511	0.196	VALID
8.	LN8	0.769	0.196	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data primer SPSS 26.0, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diatas terlihat bahwa terdapat 100 responden dan semua item pertanyaan memiliki nilai R-hitung > R-tabel dengan signifikansi 0.05. dengan demikian, nilai r-tabel penelitian ini adalah 0.196. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan tentang loyalitas nasabah yang diajukan untuk penelitian ini dapat diterima. Artinya pernyataan yang diberikan dan pernyataan mungkin digunakan sebagai ukuran variabel yang diteliti dapat digunakan.

b. Hasil Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan akurasi serta kepastian dari pengukurannya. Adapun pengujian reliabilitas didalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Cronbach alpha* yang terdapat pada *IMB SPSS* versi 26.0 *for windows*. Untuk kriteria penilaian dipetakan kedalam lima bagian yaitu, apabila nilai lebih dari 0,200 maka dinyatakan tidak reliabel, sedangkan untuk nilai 0,210-0,400 dikatakan kurang reliabel, dan

untuk nilai 0,400-0,600 dinyatakan cukup reliabel, sedangkan untuk nilai 0,600-0,800 dikatakan reliabel, dan untuk nilai lebih dari 0,810 sangat reliabel.¹⁰⁰

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas semua Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Constanta</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,660	0,610	Reliabel
Tingkat Kepercayaan (X2)	0,710	0,610	Reliabel
Kepuasan Nasabah (X3)	0,825	0,610	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,724	0,610	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data primer SPSS 26.0, 2023

Data pada tabel 4.8 empat variabel diatas, setiap variabel memperoleh nilai untuk variabel kualitas pelayanan mendapatkan nilai 0,660, adapuun variabel Tingkat Kepercayaan memperoleh sebesar 0,710, dan untuk variabel kepuasan nasabah mendapatkan nilai sebesar 0,825 serta variabel loyalitas nasabah memperoleh sebesar 0,724. Hal ini bisa dikatakan bahwa instrument dalam pertanyaan pada kuesioner penelitian dianggap reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sebaran setiap variabel data penelitian memiliki dan menunjukkan berdistribusi normal atau sebaliknya tidak normal. Kriteria evaluasi berikut berlaku untuk pendekatan uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini, yang menggunakan aplikasi *IBM SPSS* versi 26 sebagai perangkat

¹⁰⁰ Arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan*, 168.

pengujian. Instrumen dianggap berdistribusi teratur jika temuan T-hitung $> 0,05$ dan sebaliknya jika T-hitung $0,05$ instrumen tidak berdistribusi normal atau dapat disebut abnormal.¹⁰¹

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.31018582
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.093
	Positive	.044
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil pengolahan data primer SPSS 26.0, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.9 diketahui bahwa nilai Unstandardized Asymp.Sig pada variabel X1,X2,X3 terhadap Y adalah $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal atau uji normalitas terpenuhi. Hal ini berarti bahwa residual menyebar secara normal dan item-item yang ada dalam data berdistribusi dengan normal atau bisa dilanjutkan.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji untuk melihat apakah varians residual pada model regresi berbeda-beda untuk setiap pengamatan. Uji heteroskedastisitas gletser dan uji heteroskedastisitas scatterplot adalah dua komponen uji heteroskedastisitas. Untuk menentukan

¹⁰¹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 160

kepentingannya dalam tabel, jalankan pengujian menggunakan pendekatan gletser. Heteroskedastisitas gletser tidak menjadi masalah bagi variabel independen jika nilainya lebih besar dari 0,05 atau T-tabel lebih besar dari 0,05. Hal-hal berikut dapat dilihat dari gambar scatterplot model regresi dengan menggunakan pendekatan heteroskedastisitas sebagai dasar analisis:

- 1) Jika terbentuk pola tertentu, seperti titik yang mewakili pola beraturan yang mula-mula memanjang sebelum menyempit membentuk pola beraturan, hal ini menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak menunjukkan pola khas, yang menunjukkan dengan titik-titik yang menyebar dibawah dan diatas nol sumbu Y, maka penelitian dikatakan tidak heteroskedastisitas dan dapat dilanjutkan.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas Gletser
Coefficients^a

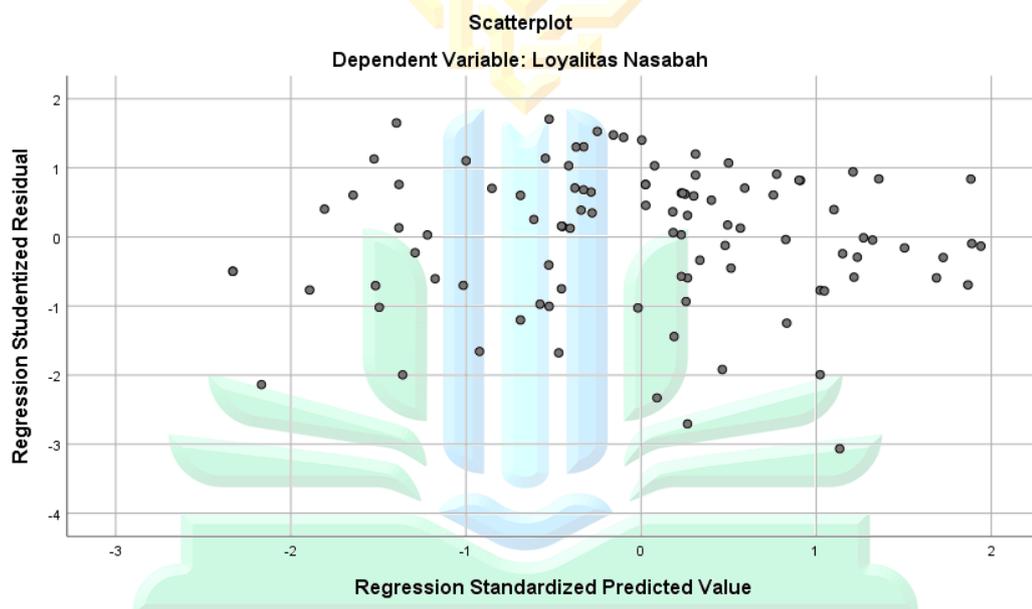
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.565	4.833		1.772	.080
Kualitas Pelayanan	.083	.049	.174	1.704	.092
Tingkat Kepercayaan	.052	.100	.053	.518	.606
Kepuasan Nasabah	.019	.042	.046	.453	.652

Sumber: Hasil pengolahan data primer SPSS 23.0, 2023

Dari tabel 4.10 diketahui bahwa nilai signifikansi seluruh variabel independen lebih besar dari 0,05. Variabel kualitas pelayanan dengan nilai $0,092 > 0,05$, dan variabel tingkat kepercayaan sebesar

$0,606 > 0,05$, serta variabel kepuasan nasabah sebesar $0,652 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai tersebut sangat signifikan dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada *gletser*, sehingga disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini dan dapat dilanjutkan.

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Sumber: Hasil pengolahan data primer SPSS 26.0, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas *scatterplot*, tidak terdapat pola yang terlihat diantara titik-titik yang tersebar diatas dan dibawah sumbu y nilai 0 pada gambar 4.11. akibatnya dapat dikatakan tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas, atau residualnya memiliki varian yang sama (konstan) dalam artian tidak berbeda.

c. Hasil Uji Multikolinieritas

Menentukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi dengan menggunakan uji Multikolinieritas. Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen dalam model regresi yang sesuai. Berikut ini ilustrasi cara menentukan apakah terdapat multikolonieritas dalam model regresi atau tidak:

- 1) jika nilai toleransi yang ada yaitu lebih besar dari $> 0,10$ maka dapat diartikan atau dipastikan tidak akan terjadi multikolonieritas terhadap instrument penelitian
- 2) dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF), yakni apabila terdapat nilai VIF lebih kecil dari pada $< 10,00$ maka hal itu dapat diartikan tidak akan terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolonieritas Semua Variabel
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan	.965	1.037
Tingkat Kepercayaan	.983	1.018
Kepuasan Nasabah	.981	1.019

Sumber: Hasil pengolahan data primer SPSS 23.0, 2023

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa uji multikolonieritas menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel independen mendapatkan nilai kurang dari 10,00. Untuk kualitas pelayanan diketahui nilai *Tolerance* sebesar $0,965 > 0,10$ dan Nilai VIF $1,037 < 10,00$. Adapun keputusan menabung diketahui nilai *Tolerance* sebesar $0,983 > 0,10$ dan nilai VIF $1,018 < 10,00$. Dan yang terakhir kepuasan

nasabah dengan nilai *Tolerance* sebesar $0,981 > 0,10$ dan nilai VIF $1,019 < 10,00$. Hal ini diartikan bahwa tidak ada gejala multikolonieritas yang berarti dan tidak terjadi multikolonieritas terhadap penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Hasil Uji T (Parsial)

Uji T yang digunakan untuk membandingkan nilai T hitung dengan T tabel dengan taraf signifikan = 0,05 digunakan untuk menguji hipotesis pertama. H_0 ditolak tetapi H_a disetujui jika T hitung $> T$ tabel atau T statistik lebih kecil dari nilai 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa faktor independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan demikian kualitas pelayanan (X1), tingkat kepercayaan (X2), dan kepuasan nasabah (X3) terdapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y). hasil uji T ditunjukkan atau dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji T Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.110	3.286		4.598	.000
Kualitas Pelayanan	.465	.083	.492	5.602	.000
Tingkat Kepercayaan	.496	.086	.505	5.792	.000
Kepuasan Nasabah	.466	.083	.494	5.621	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan data primer SPSS 26.0, 2023

Uji T ditunjukkan pada Tabel 4.13 diatas, dapat mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Uji Parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

menunjukkan bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $5,602 > T$ tabel sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 96$ maka didapat T tabel adalah 1,984. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas (Y) secara signifikan.

H_1 : diterima terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y)

2) Uji Parsial Variabel Tingkat Kepercayaan (X2)

menunjukkan bahwa nilai signifikan tingkat kepercayaan (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai

T hitung $5,792 > T$ tabel sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 96$ maka didapat T tabel adalah 1,984. Artinya terdapat pengaruh tingkat kepercayaan (X2) terhadap loyalitas (Y) secara signifikan.

H_2 : diterima terdapat pengaruh signifikan tingkat kepercayaan (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y)

3) Uji Parsial Variabel Kepuasan Nasabah (X3)

menunjukkan bahwa nilai signifikan kepuasan nasabah (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai

T hitung $5.621 > T$ tabel sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 96$ maka didapat T tabel adalah 1,984. Artinya terdapat pengaruh kepuasan nasabah (X3) terhadap loyalitas (Y) secara signifikan.

H_3 : diterima terdapat pengaruh signifikan kepuasan nasabah (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y)

Dari ketiga data Uji T (Parsial) diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, keputusan menabung, dan kepuasan nasabah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

b. Hasil Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan dengan nilai kriteria jika F hitung $> F$ tabel atau nilai F statistik lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, dan dengan taraf signifikansi 0,05 dapat ditentukan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji F adalah sebagai berikut

Tabel 4.14
Hasil Uji F Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.244	3	138.081	12.138	.000 ^b
	Residual	1092.116	96	11.376		
	Total	1506.360	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Pengolahan data Primer SPSS 26.0, 2023

Dari hasil Uji F (Simultan) menunjukkan bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan (X1), tingkat kepercayaan (X2), dan

kepuasan nasabah (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $12,138 > F$ tabel 2.70. artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1), tingkat kepercayaan (X2) dan kepuasan nasabah (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) secara signifikan.

H_4 : diterima terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1), tingkat kepercayaan (X2) dan kepuasan nasabah (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y).

Sebagaimana dilihat data bahwa variabel-variabel dalam penelitian secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah artinya, tidak ada variabel yang tidak saling berkaitan antara satu sama yang lain. Dengan demikian menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah memberikan pengaruh terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

c. Hasil Uji R^2 (koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (R^2) intinya menilai seberapa baik model dapat menjelaskan pengaruh variabel kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas, atau seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang diambil. Secara kolektif. Nilai R-square yang disebutkan pada table seperti pada tabel dibawah ini dapat digunakan untuk melihat atau menghitung nilai koefisien determinasi:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.549	.539	1.85344

Sumber: Hasil Pengolahan data primer SPSS 26.0, 2023

Pada uji F tabel 4.17 pengujian koefisien determinasi yang dilakukan berdasarkan data penelitian diketahui hasil perolehan datanya menjelaskan bahwa hasil uji determinasi atau *model summary* nya dapat dilihat dari seberapa besar nilai *Adjusted R Square* yang didapat dalam uji ini didapat nilai sebesar 0,539. Artinya bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah menentukan variasi penjelasan terhadap loyalitas nasabah sebesar 53,9% dan sisanya 46,1% (100% - 53,9%) dipengaruhi dan ditentukan oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini atau variabel lain yang tidak diajukan menjadi instrument dalam penelitian ini.

Artinya 53,9% bahwa hal yang berkaitan dengan pengaruh terhadap loyalitas nasabah dapat dijelaskan dengan variabel kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah. Ini menjelaskan bahwa variabel penelitian ini cukup tinggi nilainya untuk mempengaruhi loyalitas nasabah.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk memastikan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial, atau

simultan, analisis regresi linier berganda diusulkan atau digunakan. Tabel dibawah ini menampilkan hasil analisis regresi linier berganda dari studi tersebut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.110	3.286		4.598	.000
Kualitas Pelayanan Tingkat Kepercayaan	.465	.083	.492	5.602	.000
Kepuasan Nasabah	.496	.086	.505	5.792	.000
	.466	.083	.494	5.621	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan data primer SPSS 26.0, 2023

Pada tabel 4.18 di atas dapat kita lihat dari tabel yang ada dengan nilainya maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan dengan berikut ini:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$
$Y = 15.110 + 0,465X_1 + 0,496X_2 + 0,466X_3$

1) Nilai a sebesar 15.110 merupakan nilai konstanta yang artinya nilai a sebagai nilai konstanta memiliki nilai positif dengan besaran nilainya 15.110

Tanda positif berarti menunjukkan pengaruh satu arah antara variabel bebas dan variabel terikat. Hal ini menunjukkan bahwa pada saat semua variabel bebas meliputi kualitas pelayanan

(X1), tingkat kepercayaan (X2) kepuasan nasabah (X3) sebesar 0 persen dan tidak berubah maka nilai variabel kinerja tetap sebesar 15.110 atau konstan. Jadi dapat disimpulkan nilai variabel independen akan mempengaruhi nilai variabel dependent.

- 2) Nilai b_1 adalah 0,465 ini merupakan nilai dari koefisien regresi untuk variabel X1 (Kualitas Pelayanan) yakni 0,465

Nilai tersebut menunjukkan terhadap pengaruh positif yang sejalan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas nasabah atau variabel terikatnya. Hal ini artinya apabila variabel kualitas pelayanan mengalami naiknya nilai meskipun hanya sebesar 1 persen maka demikian jugavariabel terikat atau loyalitas nasabah akan mengalami kenaikan nilai sebesar 0,465. Tapi dengan bahwa nilai variabel lain tetap konstan.

Artinya disini dapat kita lihat bahwa variabel kualitas pelayanan dapat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Semakin besar kualitas pelayanan maka loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo semakin baik begitu pula sebaliknya akan menurun loyalitas nasabahnya.

- 3) Nilai b_2 sebesar 0,496 ini artinya nilai koefisien pada variabel X2 adalah sebesar 0,496

Angka ini menunjukkan korelasi yang menguntungkan antara ukuran tingkat kepercayaan (X2) dan loyalitas nasabah (Y). Dengan kata lain, jika variabel keputusan menabung naik,

walaupun hanya sebesar 1%, variabel loyalitas akan naik sebesar 0,496 poin. Tetapi dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tetap sama atau tidak berubah.

Artinya variabel X2 berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah. Dimana apabila tingkat kepercayaan nasabah semakin meningkat, maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo juga mengalami peningkatan.

- 4) Nilai b_3 adalah 0,466 ini merupakan nilai koefisien dari variabel X3 yakni sebesar 0,466

Nilai tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang positif atau satu arah antara variabel kepuasan nasabah (X3) dengan variabel terikat loyalitas nasabah (Y). Artinya, jika variabel kepuasan nasabah mengalami meningkat meskipun hanya sebesar satu persen, maka variabel loyalitas nasabah akan mengalami

peningkatan sebesar 0,466 juga. Tetapi masih sama dengan asumsi bahwa variabel lain tetap tidak mengalami perubahan nilai. Pada variabel kepuasan nasabah dapat dilihat bahwa X3 berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah. Dimana apabila kepuasan nasabah meningkat, maka akan ada peningkatan pula pada loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

D. Pembahasan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan sebelumnya, bahwa variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X1), tingkat kepercayaan (X2), kepuasan nasabah (X3) sebagai variabel independen dan loyalitas nasabah (Y) sebagai variabel dependen. Hasil pengukuran secara statistik berdasarkan uraian diatas, interpretasi dari variabel independen dengan variabel dependen. Sebagaimana bentuk pembahasan hasil dalam penelitian ini sebagai jawaban atas rumusan masalah dapat dijelaskan dengan masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

Dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada suatu bank bahkan pada seluruh perusahaan yang bergerak dibidang jasa, dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen (nasabah). Perusahaan pelayanan jasa seperti perbankan, dituntut lebih memaksimalkan performa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *customer service*. *Customer Service* harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik dan semaksimal mungkin, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan lebih loyal lagi terhadap bank tersebut.

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi, mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan

harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.¹⁰² Kualitas Pelayanan menurut Christina, merupakan perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa transfer.¹⁰³ Jadi kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi perusahaan karena kualitas pelayanan akan menjadi penilaian konsumen apakah pelayanan yang diberikan memuaskan dan memenuhi keinginan atau belum. Kualitas pelayanan yang buruk akan menggiring konsumen untuk beralih menggunakan perusahaan jasa lainnya yang menurut mereka lebih baik.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berdasarkan tabel Uji T ditunjukkan pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $5,602 > T$ tabel sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 96$ maka didapat T tabel adalah 1,984. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo secara parsial. Pada penelitian sebelumnya terdapat hasil yang relevan dengan penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas yang diteliti oleh Fifin Anggraini menunjukkan hasil Sig. Uji T $0,001 < 0,05$.¹⁰⁴ Berarti pada variabel ini menjelaskan bahwa terdapat

¹⁰² Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, ed 3. (Jakarta: Salemba Empat, 2013).

¹⁰³ Christina, *Manajemen Ritel*. (Jakarta: Salemba Empat, 2013)

¹⁰⁴ Fifin Anggraini. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan pelanggan pada konsumen gojek". (Jurnal JUPE Vol.8, No. 03,2020), 86-94

pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah, indikasinya bahwa apabila variabel kualitas pelayanan meningkat atau baik maka loyalitas nasabah akan menunjukkan peningkatan pula. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh Customer Service akan menciptakan kepuasan bagi para nasabah. Setelah nasabah merasa puas dengan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan dan menimbulkan loyalitas nasabah.

Dengan demikian, Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo harus meningkatkan kualitas pelayanan, karena kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan menggunakan produk atau jasa bank. Jika nasabah merasa puas, maka nasabah akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, bahkan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di perusahaan tersebut. Sebaliknya jika nasabah merasa tidak puas, maka nasabah tersebut juga akan menceritakan pelayanan yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

2. Pengaruh tingkat kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

Kepercayaan nasabah adalah kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan semua kesimpulan yang dibuat nasabah bahwa produk jasa mempunyai objek, atribut, dan manfaat yang sesuai dengan keinginan nasabah.

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t parsial menunjukkan nilai Thitung positif sebesar $5,792 > T_{tabel} 1,984$ dengan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo secara parsial. Pada penelitian sebelumnya terdapat hasil yang relevan dengan penelitian ini pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas yang diteliti oleh Rice Haryati menunjukkan hasil nilai Thitung positif sebesar $3,503 > T_{tabel} 1,986$ dengan Sig. Uji T $0,001 < 0,05$.¹⁰⁵ Dan hasil penelitian lain oleh Neni Hindayani dengan penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan studi kasus pada maskapai Susi Air Cilacap menunjukkan hasil nilai Thitung positif sebesar $1,918 > 1,676$ dengan Sig. Uji T $0,000 < 0,05$.¹⁰⁶ Berarti pada variabel ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara

¹⁰⁵ Rice Haryati, "Pengaruh Kepercayaan, dan Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas nasabah tabungan pada PT BPR Cincin Permata Andalas", (Jurnal Matua Vol.4, No. 4, 2022), 655-666

¹⁰⁶ Neni Hindayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Tingkat Kepercayaan terhadap Loyalitas pelanggan studi kasus pada maskapai Susi Air Cilacap", (Jurnal Ekonomi Vol. 10, No. 2, 2020), 60-75

tingkat kepercayaan terhadap loyalitas nasabah, indikasinya bahwa apabila variabel tingkat kepercayaan nasabah meningkat maka loyalitas nasabah akan menunjukkan peningkatan pula. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah sangat penting bagi Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo, peningkatan kepercayaan dari nasabah pensiunan akan menciptakan kepuasan bagi para nasabah pensiunan tersebut. Setelah nasabah merasa puas dengan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan dan menimbulkan loyalitas nasabah.

Dengan demikian, semakin tinggi sifat jujur yang dimiliki oleh karyawan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo maka akan ada peningkatan pula pada kepercayaan yang ada dalam diri nasabah pensiunan sehingga nasabah tidak meragukan informasi yang bersumber dari Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo dan tentunya akan meningkatkan loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

3. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

Kepuasan nasabah menurut Kotler dalam jurnal Deby, adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Jika kinerja berada dibawah harapan,

nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan, nasabah amat puas atau senang.¹⁰⁷

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t parsial menunjukkan bahwa nilai signifikan kepuasan nasabah (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $5.621 > T$ tabel sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 96$ maka didapat T tabel adalah 1,984 menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kepuasan yang dirasakan nasabah pensiunan maka loyalitas nasabah pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo akan meningkat. Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi konsumen setelah melakukan pembelian, dan konsumen merasa bahwa barang ataupun jasa yang dibeli mempunyai kinerja yang sama atau melebihi harapan mereka, pelanggan yang merasa puas terhadap barang atau pelayanan, akan menimbulkan kesetiaan.¹⁰⁸

Pada penelitian sebelumnya terdapat hasil yang relevan dengan penelitian ini pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas yang diteliti oleh Mohammad Sof'an menunjukkan hasil nilai Thitung positif sebesar

¹⁰⁷ Deby Meigy Arzena, "Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang", (Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang).

¹⁰⁸ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi Ke 13*. (Jakarta: Erlangga, 2014).

2,799 > Ttabel 1,984.¹⁰⁹ Dan hasil penelitian lain oleh Viona Jesica Kristiania dengan penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado menunjukkan hasil nilai Thitung positif sebesar 4,485 > 1,661 dengan Sig. Uji T 0.00 < 0,05.¹¹⁰ Berarti pada variabel ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, indikasinya bahwa apabila variabel kepuasan nasabah meningkat maka loyalitas nasabah akan menunjukkan peningkatan pula. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah sangat penting bagi Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo, peningkatan kepuasan nasabah pensiunan akan jasa yang diterimanya, nasabah pensiunan tersebut akan membandingkan pelayanan yang diberikan setelah itu loyalitas nasabah pensiunan akan meningkat dan tidak ingin berpindah ke Bank atau perusahaan yang lain.

4. Pengaruh kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

Dari hasil penelitian yang dilakukan mampu menunjukkan jika ketiga variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan dan

¹⁰⁹ Mohammad Sof'an, "Pengaruh kualitas jasa syariah, kualitas produk, nilai nasabah, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia cabang Kudus", (Jurnal Recognisi Ekonomi Islam Vol 1, No. 1, 2021), 67-81.

¹¹⁰ Viona Jesica Kristiania, "Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado", (Jurnal EMBA Vol. 10, no. 4, 2022), 533-544

kepuasan nasabah mampu berpengaruh dengan sangat besar terhadap loyalitas nasabah dengan nilai R Squaredidapat sebesar 0,549 serta nilai signifikannya 0,000. Dengan kata lain bahwa variabel kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah memiliki dampak yang sangat besar terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo secara bersamaan dengan kontribusi pengaruhnya sebesar 54,9%.

Pada penelitian sebelumnya terdapat hasil yang relevan dengan penelitian ini pengaruh kualitas layanan, tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah, terhadap loyalitas yang diteliti oleh Khairiyan Nofri dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas peternak sapi indukan di Kota Sungai Penuh” menunjukkan hasil kontribusi 0,738.¹¹¹ Artinya bahwa kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Maknanya jika secara bersama-sama dijalankan secara baik, kualitas pelayanan yang baik diberikan oleh *customer service* terhadap nasabah pensiunan, maka akan meningkatkan kepercayaan nasabah pensiunan, setelah meningkatnya kepercayaan nasabah pensiunan akan menciptakan kepuasan bagi para nasabah pensiunan tersebut. Setelah nasabah pensiunan merasa puas dengan jasa yang diterimanya, nasabah

¹¹¹ Khairiyan Nofri, “Pengaruh kualitas layanan, tingkat kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas peternak sapi indukan di kota sungai penuh”, (Junal STIE KBP Padang, 2020)

pensiunan akan membandingkan pelayanan yang diberikan dan meningkatkan loyalitas nasabah pensiunan.



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

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan peneliti terhadap analisis kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berdasarkan tabel Uji T ditunjukkan pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $5,602 > T$ tabel sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 96$ maka didapat T tabel adalah 1,984. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo secara parsial. Dengan demikian, Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo harus meningkatkan kualitas pelayanan, karena kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan menggunakan produk atau jasa bank. Jika nasabah merasa puas, maka nasabah akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, bahkan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di perusahaan tersebut. Sebaliknya jika nasabah merasa tidak puas, maka nasabah tersebut juga akan menceritakan pelayanan yang mengecewakan

tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

2. Variabel kedua yaitu tingkat kepercayaan, Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t parsial menunjukkan nilai T_{hitung} positif sebesar $5,792 > T_{tabel}$ 1,984 dengan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo secara parsial. Dengan demikian, semakin tinggi sifat jujur yang dimiliki oleh karyawan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo maka akan ada peningkatan pula pada kepercayaan yang ada dalam diri nasabah pensiunan sehingga nasabah tidak meragukan informasi yang bersumber dari Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo dan tentunya akan meningkatkan loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.
3. Adapun variabel ketiga yaitu kepuasan nasabah, Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t parsial menunjukkan bahwa nilai signifikan kepuasan nasabah (X_3) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T_{hitung} 5.621 $> T_{tabel}$ sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 96$ maka didapat T_{tabel} adalah 1,984 menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kepuasan yang dirasakan nasabah pensiunan maka loyalitas nasabah

pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo akan meningkat. Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi konsumen setelah melakukan pembelian, dan konsumen merasa bahwa barang ataupun jasa yang dibeli mempunyai kinerja yang sama atau melebihi harapan mereka, pelanggan yang merasa puas terhadap barang atau pelayanan, akan menimbulkan kesetiaan.¹¹² Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah sangat penting bagi Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo, peningkatan kepuasan nasabah pensiunan akan jasa yang diterimanya, nasabah pensiunan tersebut akan membandingkan pelayanan yang diberikan setelah itu loyalitas nasabah pensiunan akan meningkat dan tidak ingin berpindah ke Bank atau perusahaan yang lain.

4. Dari hasil penelitian yang dilakukan mampu menunjukkan jika ketiga variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah mampu berpengaruh dengan sangat besar terhadap loyalitas nasabah dengan nilai R Squaredidapat sebesar 0,549 serta nilai signifikannya 0,000. Dengan kata lain bahwa variabel kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah memiliki dampak yang sangat besar terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo Jember secara bersamaan dengan kontribusi pengaruhnya sebesar 54,9%. Dan dari hasil Uji F (Simultan) menunjukkan bahwa nilai

¹¹² Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi Ke 13*. (Jakarta: Erlangga,2014).

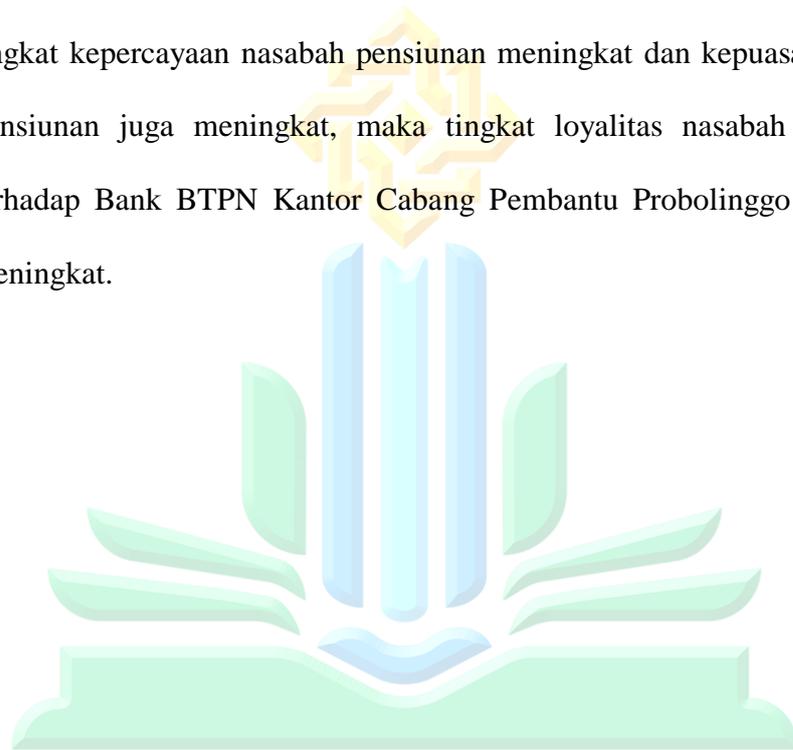
signifikan kualitas pelayanan (X1), tingkat kepercayaan (X2), dan kepuasan nasabah (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $12,138 > F$ tabel 2.70. artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1), tingkat kepercayaan (X2) dan kepuasan nasabah (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) secara signifikan. Maknanya jika secara bersama-sama dijalankan secara baik, kualitas pelayanan yang baik diberikan oleh *customer service* terhadap nasabah pensiunan, maka akan meningkatkan kepercayaan nasabah pensiunan, setelah meningkatnya kepercayaan nasabah pensiunan akan menciptakan kepuasan bagi para nasabah pensiunan tersebut. Setelah nasabah pensiunan merasa puas dengan jasa yang diterimanya, nasabah pensiunan akan membandingkan pelayanan yang diberikan dan meningkatkan loyalitas nasabah pensiunan.

B. Saran

Penelitian ini tidak dapat dianggap sempurna karena peneliti menyadari kekurangannya terus menerus. Oleh karena itu, diharapkan setidaknya dapat menjadi contoh dan membantu para sarjana masa depan yang tertarik untuk belajar dengan bahasan serupa. Berikut ini yakni rekomendasi yang dibuat oleh penulis studi:

1. Untuk mempertahankan loyalitas nasabah salah satu hal yang harus diperhatikan oleh bank BTPN adalah kepuasan nasabahnya, dengan meningkatkan kualitas pelayanan *customer service* sehingga tidak akan ada komentar nasabah yang tidak puas dengan bank BTPN, tidak puas dengan pelayanannya, prosedur-prosedur menabung/kredit yang rumit

bahkan pelayanan elektronik yang sering mengalami gangguan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah, tingkat kepercayaan nasabah pensiunan terhadap layanan dan Bank BTPN akan meningkat. Tingkat kepercayaan meningkat yang mana akan menimbulkan kepuasan pada nasabah pensiunan. Jika kualitas pelayanan *customer service* baik, tingkat kepercayaan nasabah pensiunan meningkat dan kepuasan nasabah pensiunan juga meningkat, maka tingkat loyalitas nasabah pensiunan terhadap Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo juga akan meningkat.



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

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Agus Sucipto. *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Al Haqqi, Mudavi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Mudharabah Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Dumai." *Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no.2 (2022): 262-559
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2007.
- Bank BTPN, "Sekilas BTPN", 25 oktober. www.btpn.com/id/tentang-kami/sekilas-btpn.
- BTPN, "Penjelasan tentang Tabungan Citra Pensiun", 25 oktober. www.btpn.com/id/produk-dan-pelayanan/simpanan/tabungan/tabungan-pensiun,
- Budianto, Mohammad. "Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Jatinangor." Skripsi, Universitas Siliwangi Tasikmalaya, 2021.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan pogram SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Hadi, Sutrisno. *metodologi Reseach*. Yogyakarta: Penerbit andi, 2004.
- Handoko, Hani. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE 2004.
- Hasan, Mali. *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama, 2008.
- Hendrison. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Asuransi Reliance Indonesia." *Jurnal Magisma* 8, No.1 (2020) : 37
- Hermawan, Agung. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Bank Bukopin Cabang Jember." *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 5, no.4, (2021): 259-994
- Hidayat. "pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri." *Jurnal manajemen dan kewirausahaan* 11, no.1 (2009): 59-72

- Ismail. *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2010.
- Jayengsari, Reksa. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Keputusan Nasabah pada Bank BJB KCP Cipanas.” *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* 1, no.1, (2021): 11-24
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2005.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Kholil, Muhammad. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk simpanan di BMT Al-Hikmah Cabang Ngemplak Undaan Kudus.” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2020.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeka, 2005.
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Maski, Ghozali “Analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada Bank Syariah di Malang.” *journal of Indonesian Applied Economics* 4, no.1 (2010): 120-147
- Mundir. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jember: Stain Jember Press, 2013.
- Pambudi, Funi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah IAIN Kudus.” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022.
- Parwataatmadja, Karnaen. *Membuktikan Ekonomi Islam di Indonesia*. Depok: Usaha kami, 1996.
- Prawirosentono, Suryadi. *management strategi & pengambilan keputusan korporasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Purwadarminto. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1996.
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.

- Sentono, Prawiro. *Manajemen Operasi Analisis dan Studi kasus*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001
- Shofian, Ahmad. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru.” Skripsi, Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2020.
- Simamora, Bilsom. *Memenangkan Pasar Dagang Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Siti Nur Afifah. “Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung: Studi Kasus pada BRI Syariah Kantor Cabang Jombang Wachid Hasyim.” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Statistika Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS 10,0 for windows*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* Jember, IAIN Jember, 2018.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta, Andi Offset, 2000.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2004.
- Tjiptono, Fandy. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Ubaid, Moh. “Pengaruh Pelayanan, Kinerja Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Keputusan Menabung di Bank Konvensional.” *Jurnal Ekonomi Mahasiswa* 1, no.6 (2020): 215-309
- Utami, Sorayanti. “The Influence Of Customers“ Trust On Customer Loyalty.” *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom* 3, no.7, (2015): 645.
- Utomo, Priyanto Doyo. “Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler.” Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2006
- Virga, Elya. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan.” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Madura, 2021

Widayat. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Pers, 2004.

Widowati, Ayun. “pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah”. skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, 2018.

Wirartha, I Made. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: CV. Andi Offest, 2006



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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shidqi Hamka Maulana
Nim : 083122830319
Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa ini skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE*, TINGKAT KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENSIUNAN BANK BTPN KANTOR CABANG PEMBANTU PROBOLINGGO” ini adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan digunakan sebagaimana mestinya

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M

Jember, 9 Mei 2023
Penyusun



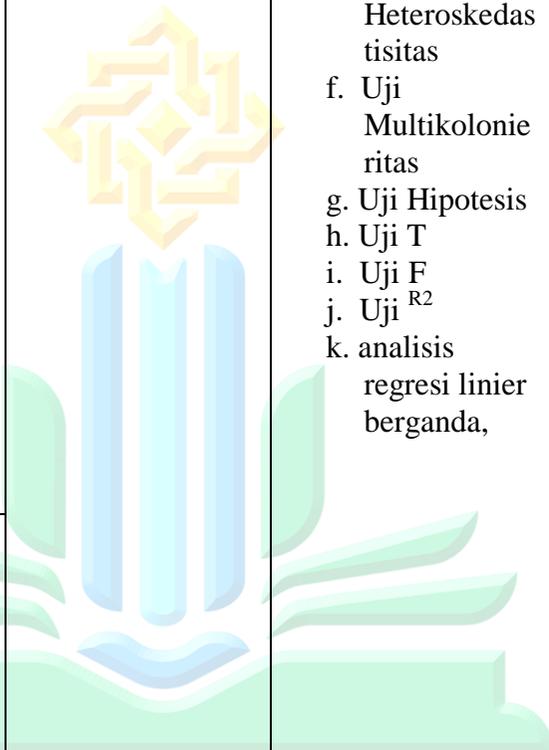
Shidqi Hamka Maulana
NIM.E20191212

LAMPIRAN

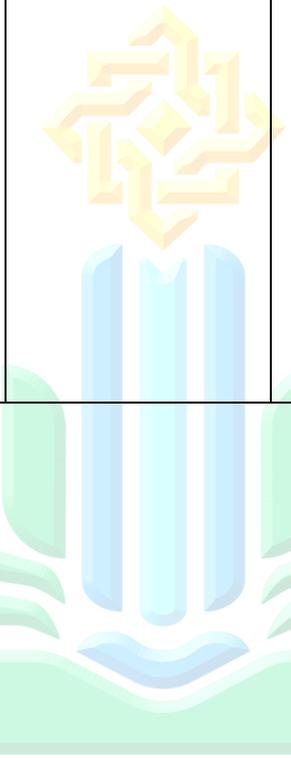
Lampiran 2. Matriks Penelitian

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN	HIPOTESIS
“Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service, Tingkat Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo”	1. Kualitas Pelayanan (X1)	a. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) b. Keandalan (<i>Reliability</i>) c. Jaminan (<i>Assurance</i>) d. Empati (<i>Empathy</i>) e. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Data primer 1. Kuesioner	1. Jenis penelitian: kuantitatif 2. Metode pengumpulan data: kuesioner 3. Teknik sampel: <i>Simple Random Sampling</i> 4. Menggunakan Skala Likert 5. Metode analisis data: a. Uji Validitas b. Uji Reliabilitas c. Uji Asumsi Klasik d. Uji Normalitas e. Uji	1. Apakah kualitas pelayanan <i>customer service</i> berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo? 2. Apakah	1. H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah 2. H2 : Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. 3. H3 : Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.
	2. Tingkat Kepercayaan (X2)	a. Brand <i>Reliability</i> (jasa yang sesuai harapan, kepercayaan pada produk, dan jaminan kepuasan) b. Brand				

		<p><i>Intentions</i> (kejujuran dalam menyelesaikan masalah, konsumen yang mengandalkan produk yang digunakan, dan jaminan ganti rugi dari pihak perusahaan).</p>		<p>Heteroskedastisitas</p> <p>f. Uji Multikolinieritas</p> <p>g. Uji Hipotesis</p> <p>h. Uji T</p> <p>i. Uji F</p> <p>j. Uji R^2</p> <p>k. analisis regresi linier berganda,</p>	<p>tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?</p> <p>3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan</p>	<p>4. H4 : Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah</p>
	<p>3. Kepuasan Nasabah(X3)</p>	<p>a. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)</p> <p>b. Selalu membeli produk</p> <p>c. Akan merekomendasikan kepada orang lain.</p> <p>d. Terpenuhi harapan pelanggan</p>				

		setelah memberi produk.			Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?
	4. Loyalitas Nasabah (Y)	<p>a. Para Nasabah menggunakan kembali produk-produk Bank (<i>Re-Purchase</i>).</p> <p>b. Para Nasabah menambah menggunakan produk-produk yang lain yang ditawarkan Bank (<i>Buying between product line and service</i>).</p> <p>c. Para Nasabah merekomendasikan produk Bank ke orang lain (<i>refer to</i></p>			4. Apakah kualitas pelayanan <i>customer service</i> , tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo?

		<p><i>others).</i></p> <p>d. Para nasabah menolak untuk mengakui adanya jenis-jenis produk bank lain (<i>Immunity against Competitors</i>)</p>				
--	--	--	---	--	--	--

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

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE*,
TINGKAT KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PENSIUNAN DI BANK TABUNGAN
PENSIUNAN NASIONAL KANTOR CABANG PEMBANTU
PROBOLINGGO”**

B. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

C. Kuesioner Penelitian

1. Kualitas Pelayanan *Customer Service*.

Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar.

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Customer Service</i> memberi layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
2.	<i>Customer Service</i> menyediakan layanannya sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
3.	<i>Customer Service</i> selalu mengutamakan kepentingan para pelanggan					
4.	<i>Customer Service</i> memberikan perhatian individual kepada para nasabah					
5.	<i>Customer Service</i> selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan					
6.	<i>Customer Service</i> selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat					
7.	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman					
8.	Karyawan <i>Customer Service</i> berpenampilan rapi					

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
9.	<i>Customer Service</i> secara konsisten bersikap sopan terhadap para pelanggan					
10.	<i>Customer Service</i> memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan					

2. Tingkat Kepercayaan.

Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar.

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo Jujur dalam bekerja					
2.	Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo adalah Bank yang terpercaya					
3.	Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo selalu memberikan pelayanan yang berkualitas					
4.	Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo selalu memberikan pelayanan sesuai harapan					
5.	Menurut saya, Karyawan BTPN Kantor Cabang pembantu Probolinggo adalah orang-orang yang handal dibidangnya					
6.	Menurut saya dana tabungan di Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu dijamin keamanannya					
7.	Saya sangat mengandalkan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo akan produk tabungannya					
8.	Pihak Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo menjamin ganti rugi ketika terjadi kesalahan dari pihak Bank.					

3. Kepuasan Nasabah.

Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar.

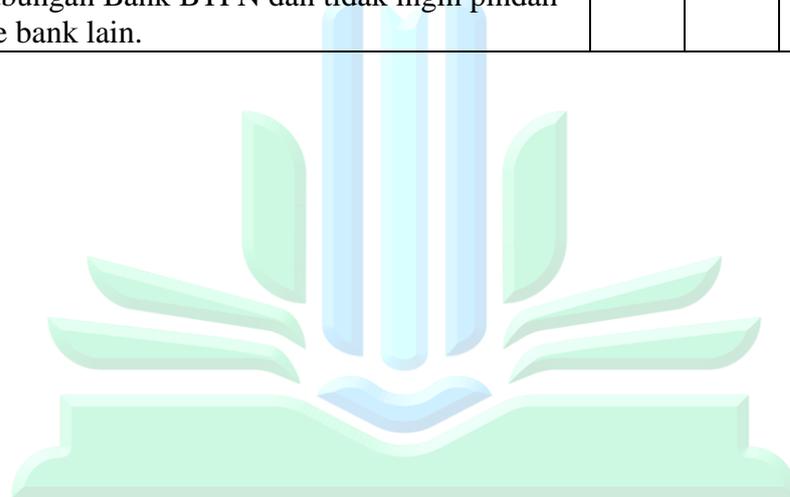
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya selalu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.					
2.	Saya selalu merasa puas dengan produk tabungan yang dipilih.					
3.	Saya selalu menggunakan produk tabungan di Bank BTPN.					
4.	Saya akan tetap menggunakan produk tabungan yang dipilih.					
5.	Saya akan merekomendasikan produk tabungan ke orang lain.					
6.	Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan produk layanan dan jasa di Bank BTPN.					
7.	Saya akan tetap menggunakan jasa bank BTPN karena sesuai dengan harapan saya.					
8.	Saya merasa puas setelah menggunakan produk tabungan di Bank BTPN.					

4. Loyalitas Nasabah.

Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar.

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya selalu menggunakan produk Tabungan BTPN					
2.	Saya menggunakan produk Tabungan Bank BTPN secara teratur dan keberlanjutan.					
3.	Saya berkeinginan menggunakan produk dan jasa layanan lain yang tersedia.					

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
4.	Saya akan tetap menggunakan produk dan jasa layanan lainnya di Bank BTPN selain produk tabungan.					
5.	Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan produk dan jasa layanan di Bank BTPN.					
6.	Saya akan merekomendasikan produk dan jasa layanan Bank BTPN kepada keluarga kerabat dekat, dan teman.					
7.	Saya tidak menginginkan untuk menggunakan produk lain selain produk Bank BTPN					
8.	Saya ingin melanjutkan menggunakan produk tabungan Bank BTPN dan tidak ingin pindah ke bank lain.					



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

Lampiran 4. Surat izin penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQJEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

Nomor : B-510 /Un.22/7.a/PP.00.9/003/2023 08 Maret 2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Pimpinan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kcp.Probolinggo.
Jl. Panglima Sudirman No.3, Kanigaran, Tisnonegaran, Kec. Kanigaran,
Kota Probolinggo, Jawa Timur 67211

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Shidqi Hamka Maulana
NIM : E20191212
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Untuk mengadakan penelitian / riset mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service, Tingkat Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pensiunan" di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

J E M B E R

a n Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik



Nurul Widyawati Islami Rahayu

Lampiran 5 surat selesai penelitian



A MEMBER OF
SMBC Group

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ilmi Nurhidayati
Jabatan : Branch Operation Manager

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Shidqi Hamka Maulana
NIM : E20191212
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan / Prodi : Perbankan Syariah
Instansi : UIN Khas Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Bank BTPN KCP Probolinggo terhitung mulai 25 Oktober 2022 sampai dengan 29 Maret 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Customer Service, Tingkat Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo".

Demikian Surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Mengetahui, Rabu 29 Maret 2023

Branch Operation Manager



Lampiran 6. Jurnal Kegiatan Penelitian

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan Penelitian	Paraf
1.	25 Oktober 2022	Konfirmasi terkait tempat penelitian kepada Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo	
2.	13 November 2022	Wawancara kepada <i>customer service</i> Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo	
3.	27 Februari 2023 – 28 Maret 2023 (kecuali hari libur)	Penyebaran Kuesioner kepada nasabah pensiunan Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo	
4.	29 Maret 2023	Meminta surat pernyataan selesai penelitian kepada kepala Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo	

Probolinggo, 29 Maret 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Shidqi Hamka Maulana
E20191212

Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian



Menjelaskan, membagikan kuesioner serta membantu nasabah pensiunan untuk melakukan pengisian kuesioner



Menjelaskan, membagikan kuesioner serta membantu nasabah pensiunan untuk melakukan pengisian kuesioner



Menjelaskan, membagikan kuesioner serta membantu nasabah pensiunan untuk melakukan pengisian kuesioner

Lampiran 8. Hasil Perhitungan SPSS dan Tabulasi

1. Uji Validitas.

a. Uji Validitas variabel kualitas pelayanan

		Correlations										
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	Total
P01	Pearson Correlation	1	.002	-.030	.119	-.064	.119	.058	1.000*	-.036	.058	.453**
	Sig. (2-tailed)		.986	.769	.237	.528	.237	.569	.000	.719	.569	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P02	Pearson Correlation	.002	1	.248*	.152	.228*	.152	.020	.002	.968**	.020	.677**
	Sig. (2-tailed)	.986		.013	.131	.022	.131	.841	.986	.000	.841	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P03	Pearson Correlation	-.030	.248*	1	-.005	.915**	-.005	-.098	-.030	.215*	-.098	.420**
	Sig. (2-tailed)	.769	.013		.963	.000	.963	.330	.769	.031	.330	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P04	Pearson Correlation	.119	.152	-.005	1	.058	1.000*	.105	.119	.121	.105	.555**
	Sig. (2-tailed)	.237	.131	.963		.565	.000	.299	.237	.230	.299	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P05	Pearson Correlation	-.064	.228*	.915**	.058	1	.058	-.031	-.064	.196	-.031	.438**
	Sig. (2-tailed)	.528	.022	.000	.565		.565	.758	.528	.051	.758	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P06	Pearson Correlation	.119	.152	-.005	1.000*	.058	1	.105	.119	.121	.105	.555**
	Sig. (2-tailed)	.237	.131	.963	.000	.565		.299	.237	.230	.299	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P07	Pearson Correlation	.058	.020	-.098	.105	-.031	1	1	.058	.037	1.000*	.326**
	Sig. (2-tailed)	.569	.841	.330	.299	.758	.299		.569	.717	.000	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P08	Pearson Correlation	1.000**	.002	-.030	.119	-.064	.119	.058	1	-.036	.058	.453**
	Sig. (2-tailed)	.000	.986	.769	.237	.528	.237	.569		.719	.569	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P09	Pearson Correlation	-.036	.968**	.215*	.121	.196	.121	.037	-.036	1	.037	.642**
	Sig. (2-tailed)	.719	.000	.031	.230	.051	.230	.717	.719		.717	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	.058	.020	-.098	.105	-.031	.105	1.000*	.058	.037	1	.326**
	Sig. (2-tailed)	.569	.841	.330	.299	.758	.299	.000	.569	.717		.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.453**	.677**	.420**	.555**	.438**	.555**	.326**	.453**	.642**	.326**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

b. Uji Validitas variabel tingkat kepercayaan

Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	Total
P01	Pearson Correlation	1	.319**	.431**	.319**	.033	.297**	.266**	.297**	.611**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.744	.003	.008	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P02	Pearson Correlation	.319**	1	.368**	1.000**	.111	.001	.285**	.001	.647**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.272	.995	.004	.995	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P03	Pearson Correlation	.431**	.368**	1	.368**	.183	.237**	.232	.237**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.069	.018	.020	.018	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P04	Pearson Correlation	.319**	1.000**	.368**	1	.111	.001	.285**	.001	.647**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.272	.995	.004	.995	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P05	Pearson Correlation	.033	.111	.183	.111	1	.224	-.021	.224	.415*
	Sig. (2-tailed)	.744	.272	.069	.272		.025	.835	.025	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P06	Pearson Correlation	.297**	.001	.237**	.001	.224	1	.194	1.000**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.003	.995	.018	.995	.025		.053	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P07	Pearson Correlation	.266**	.285**	.232	.285**	-.021	.194	1	.194	.570**
	Sig. (2-tailed)	.008	.004	.020	.004	.835	.053		.053	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P08	Pearson Correlation	.297**	.001	.237**	.001	.224	1.000**	.194	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.003	.995	.018	.995	.025	.000	.053		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.611**	.647**	.606**	.647**	.415*	.608**	.570**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

J E M B E R

c. Uji Validitas variabel Kepuasan Nasabah

Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	Total
P01	Pearson Correlation	1	.074	.196	.393**	.049	.155	.152	.281**	.327**
	Sig. (2-tailed)		.467	.050	.000	.631	.124	.131	.005	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P02	Pearson Correlation	.074	1	.787**	.091	.126	.787**	.612**	.784**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.467		.000	.368	.212	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P03	Pearson Correlation	.196	.787**	1	.095	.072	.849**	.572**	.960**	.929**
	Sig. (2-tailed)	.050	.000		.345	.475	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P04	Pearson Correlation	.393**	.091	.095	1	-.032	.099	.179	-.001	.209
	Sig. (2-tailed)	.000	.368	.345		.749	.326	.075	.993	.037
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P05	Pearson Correlation	.049	.126	.072	-.032	1	.121	-.137	.073	.259
	Sig. (2-tailed)	.631	.212	.475	.749		.230	.174	.471	.009
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P06	Pearson Correlation	.155	.787**	.849**	.099	.121	1	.516**	.819**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.124	.000	.000	.326	.230		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P07	Pearson Correlation	.152	.612**	.572**	.179	-.137	.516**	1	.568**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.131	.000	.000	.075	.174	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P08	Pearson Correlation	.281**	.784**	.960**	-.001	.073	.819**	.568**	1	.922**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.993	.471	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.327**	.867**	.929**	.209	.259	.881**	.668**	.922**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.037	.009	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

J E M B E R

d. Uji Validitas variabel Loyalitas Nasabah

Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	Total
P01	Pearson Correlation	1	.204	.160	.127	.086	.366**	.326**	.219	.412**
	Sig. (2-tailed)		.042	.113	.207	.392	.000	.001	.028	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P02	Pearson Correlation	.204	1	.559**	.184	.229	.230	.302**	.684**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.042		.000	.067	.022	.021	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P03	Pearson Correlation	.160	.559**	1	.138	.336**	.428**	.125	.435**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.113	.000		.170	.001	.000	.217	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P04	Pearson Correlation	.127	.184	.138	1	-.077	-.045	.104	.206	.349
	Sig. (2-tailed)	.207	.067	.170		.449	.654	.302	.040	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P05	Pearson Correlation	.086	.229	.336**	-.077	1	.363**	.108	.286**	.500**
	Sig. (2-tailed)	.392	.022	.001	.449		.000	.283	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P06	Pearson Correlation	.366**	.230*	.428**	-.045	.363**	1	.222	.331**	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.000	.654	.000		.026	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P07	Pearson Correlation	.326**	.302**	.125	.104	.108	.222	1	.335**	.511**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.217	.302	.283	.026		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P08	Pearson Correlation	.219	.684**	.435**	.206*	.286**	.331**	.335**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.000	.040	.004	.001	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.412**	.760**	.727**	.349**	.500**	.609**	.511**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

J E M B E R

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.660	10

b. Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.710	8

c. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.825	8

d. Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.724	8

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.31018582	
Most Extreme Differences	Absolute	.093	
	Positive	.044	
	Negative	-.093	
Test Statistic		.093	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.334 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.322
		Upper Bound	.346

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 112562564.

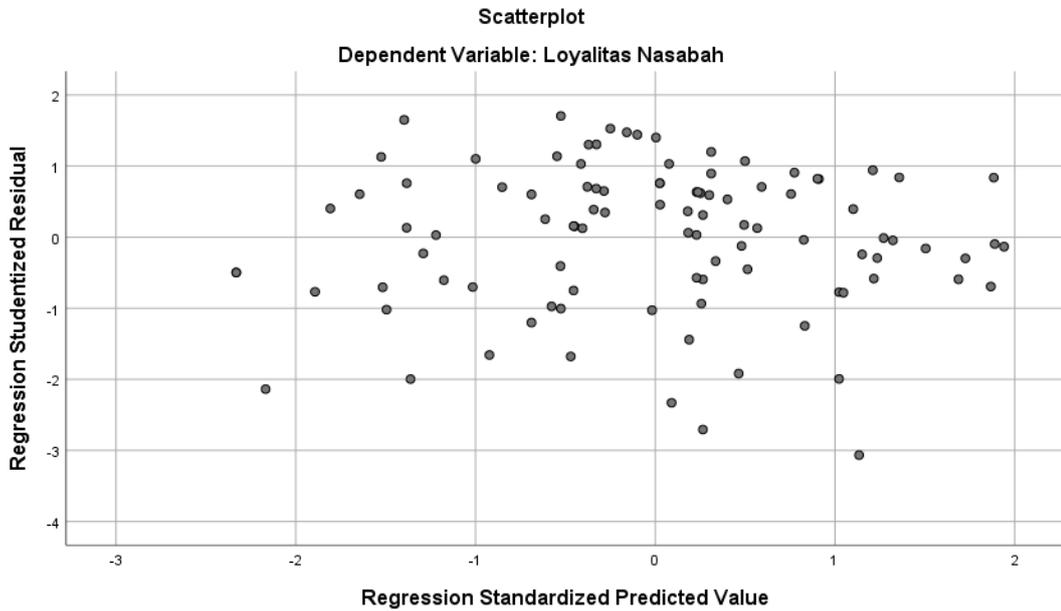
b. Uji Heteroskedastisitas

a) Uji Heteroskedastisitas Gletser

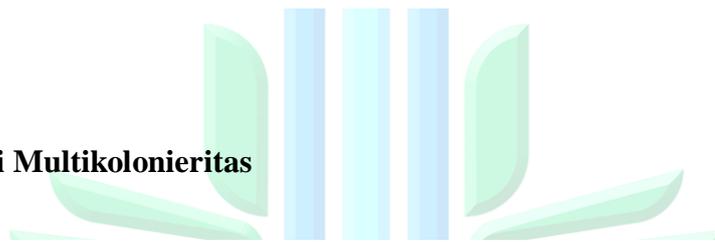
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.565	4.833		1.772	.080
	Kualitas Pelayanan	.083	.049	.174	1.704	.092
	Tingkat Kepercayaan	.052	.100	.053	.518	.606
	Kepuasan Nasabah	.019	.042	.046	.453	.652

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b) Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



c. Uji Multikolonieritas



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	25.747	8.239		3.125	.002		
	Kualitas Pelayanan	.453	.083	.482	5.468	.000	.965	1.037
	Tingkat Kepercayaan	.337	.171	-.172	-1.969	.052	.983	1.018
	Kepuasan Nasabah	.073	.072	.089	1.014	.313	.981	1.019

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

4. Uji Hipotesis

a. Hasil Uji T

		Coefficients ^a		Standardized		
		Unstandardized Coefficients		Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.110	3.286		4.598	.000
	Kualitas Pelayanan	.465	.083	.492	5.602	.000
	Tingkat Kepercayaan	.496	.086	.505	5.792	.000
	Kepuasan Nasabah	.466	.083	.494	5.621	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.244	3	138.081	12.138	.000 ^b
	Residual	1092.116	96	11.376		
	Total	1506.360	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

b. Predictors: (Constant), kepuasan nasabah, tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan

c. Uji R² (koefisien determinasi)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.549	.539	1.85344

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan

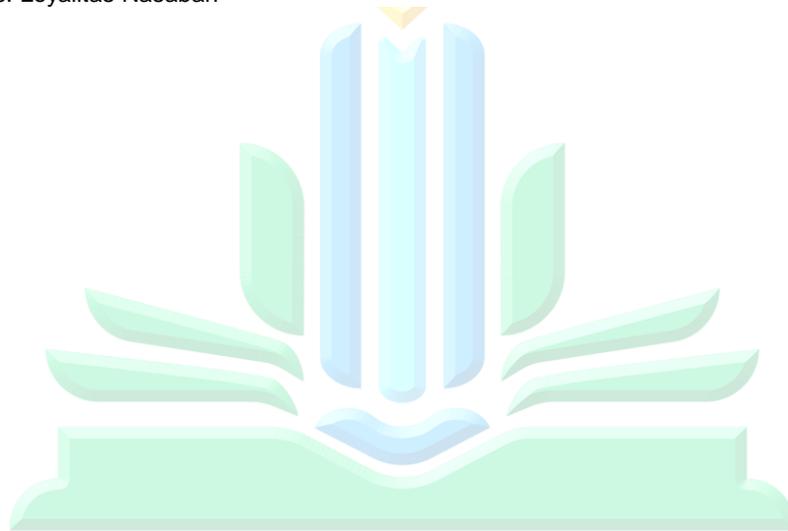
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15.110	3.286	4.598	.000	
	Kualitas Pelayanan	.465	.083	.492	5.602	.000
	Tingkat Kepercayaan	.496	.086	.505	5.792	.000
	Kepuasan Nasabah	.466	.083	.494	5.621	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah



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

5. Tabulasi

No. Resp.	Kualitas Pelayanan (X1)										total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
2	5	5	4	5	4	5	3	5	5	3	44
3	5	2	5	5	5	5	5	5	2	5	44
4	5	3	3	5	3	5	4	5	3	4	40
5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	44
6	4	2	3	3	3	3	3	4	2	3	30
7	5	3	3	5	3	5	3	5	3	3	38
8	4	2	3	3	3	3	3	4	2	3	30
9	3	4	5	5	5	5	3	3	4	3	40
10	3	4	3	5	3	5	3	3	4	3	36
11	5	3	5	3	5	3	3	5	3	3	38
12	4	5	5	4	5	4	3	4	5	3	42
13	5	5	4	4	4	4	3	5	5	3	42
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
15	4	5	5	3	5	3	3	4	5	3	40
16	5	3	4	3	4	3	3	5	3	3	36
17	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	34
18	5	5	4	5	4	5	3	5	5	3	44
19	5	5	4	4	4	4	3	5	5	3	42
20	5	4	5	5	5	5	3	5	4	3	44
21	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	46
22	5	4	4	5	4	5	3	5	4	3	42
23	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	46
24	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
25	5	5	3	4	3	4	4	5	5	4	42
26	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	34
27	5	5	5	3	5	3	3	5	5	3	42
28	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
29	5	3	4	4	4	4	3	5	3	3	38
30	3	5	4	4	4	4	3	3	5	3	38
31	4	5	5	5	5	5	3	4	5	3	44
32	4	5	4	5	4	5	3	4	5	3	42
33	3	2	5	5	5	5	3	3	2	3	36
34	5	3	4	4	4	4	3	5	3	3	38
35	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	44
36	5	2	4	5	4	5	3	5	2	3	38
37	5	3	5	3	5	3	3	5	3	3	38
38	5	2	4	5	4	5	3	5	2	3	38
39	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	46
40	3	5	5	5	5	5	3	3	5	3	42
41	4	2	5	4	5	4	3	4	2	3	36
42	4	3	5	4	5	4	3	4	3	3	38
43	5	5	3	5	3	5	3	5	5	3	42
44	3	2	3	5	3	5	3	3	2	3	32
45	3	3	4	5	4	5	3	3	3	3	36
46	3	2	4	5	4	5	3	3	2	3	34
47	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	34
48	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	36

49	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	34
50	3	5	5	5	5	5	3	3	5	3	42
51	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	46
52	5	3	5	5	5	5	3	5	3	3	42
53	3	5	4	4	4	4	3	3	5	3	38
54	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	36
55	5	3	5	5	5	5	3	5	3	3	42
56	3	5	5	4	5	4	4	3	5	4	42
57	3	5	4	4	5	4	3	3	5	3	39
58	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	39
59	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	46
60	5	5	4	5	5	5	3	5	5	3	45
61	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	40
62	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	39
63	4	2	3	5	3	5	3	4	2	3	34
64	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	40
65	3	5	5	4	5	4	4	3	5	4	42
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	4	5	5	3	5	3	3	4	5	3	40
68	5	3	4	3	4	3	3	5	3	3	36
69	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	34
70	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	34
71	3	5	5	5	5	5	3	3	5	3	42
72	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	46
73	5	3	5	5	5	5	3	5	3	3	42
74	5	3	4	4	4	4	3	5	3	3	38
75	3	5	4	4	4	4	3	3	5	3	38
76	4	5	5	5	5	5	3	4	5	3	44
77	4	5	4	5	4	5	3	4	5	3	42
78	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	34
79	3	5	5	5	5	5	3	3	5	3	42
80	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	46
81	3	4	5	5	5	5	3	3	4	3	40
82	3	4	3	5	3	5	3	3	4	3	36
83	3	5	5	4	5	4	4	3	5	4	42
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	4	5	5	3	5	3	3	4	5	3	40
86	5	3	4	3	4	3	3	5	3	3	36
87	5	3	4	4	4	4	3	5	3	3	38
88	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	44
89	5	2	4	5	4	5	3	5	2	3	38
90	4	5	4	5	4	5	3	4	5	3	42
91	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	34
92	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	40
93	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	39
94	4	2	3	5	3	5	3	4	2	3	34
95	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	46
96	5	3	5	5	5	5	3	5	3	3	42
97	3	5	4	4	4	4	3	3	5	3	38
98	4	5	5	5	5	5	3	4	5	3	44
99	4	5	4	5	4	5	3	4	5	3	42
100	3	2	5	5	5	5	3	3	2	3	36

Kepuasan Nasabah (X3)								Jumlah
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	
4	4	4	4	2	3	4	4	29
4	5	5	5	2	5	5	5	36
5	5	4	4	2	3	5	5	33
5	4	4	4	3	5	4	5	34
5	5	5	5	3	5	4	5	37
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	4	5	5	37
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	2	5	5	5	37
5	5	5	5	2	5	5	5	37
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	4	5	5	2	5	5	5	36
5	4	5	5	2	5	5	4	35
5	4	5	5	4	5	5	5	38
5	5	5	4	4	5	4	5	37
5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	4	5	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	4	5	5	4	36
5	4	5	5	4	5	5	5	38
4	5	5	5	4	5	5	4	37
5	4	5	4	4	5	5	5	37
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	5	5	3	5	38
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	4	4	4	5	3	4	33
4	5	5	5	4	5	3	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	4	5	5	5	38
5	5	5	4	4	5	4	5	37
5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	4	5	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	4	5	5	4	36
5	4	5	5	4	5	5	5	38

4	5	5	5	4	5	5	4	37
5	4	5	4	4	5	5	5	37
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	5	5	3	5	38
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	4	4	4	5	3	4	33
4	5	5	5	4	5	3	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	2	5	4	3	4	2	28
5	2	2	5	3	4	2	2	25
5	3	2	5	3	3	4	2	27
3	3	2	4	3	3	4	2	24
5	3	2	5	4	3	3	2	27
3	3	2	4	3	3	4	2	24
4	3	2	4	4	3	4	2	26
5	2	2	5	3	2	2	2	23
5	3	2	5	4	3	4	2	28
5	5	3	5	5	5	5	3	36
5	3	3	5	3	3	4	3	29
5	5	2	5	2	3	5	2	29
5	2	2	5	5	2	2	2	25
4	3	2	4	3	3	4	2	25
5	3	3	5	3	3	4	3	29
5	3	2	5	3	3	4	2	27
5	3	3	5	4	3	4	3	30
5	3	2	5	4	3	4	2	28
5	3	2	5	4	3	3	2	27
5	5	3	5	4	5	5	3	35
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	2	5	5	5	37
5	5	5	5	2	5	5	5	37
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	4	5	5	2	5	5	5	36
5	4	5	5	2	5	5	4	35
5	3	2	5	4	3	3	2	27
5	5	3	5	4	5	5	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	2	5	4	3	4	2	28
5	2	2	5	3	4	2	2	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	4	5	5	4	36
5	4	5	5	4	5	5	5	38
4	5	5	5	4	5	5	4	37

Loyalitas Nasabah (Y)								Jumlah
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
5	3	2	5	4	3	4	3	29
5	5	4	5	4	5	4	4	36
5	4	4	5	4	4	4	4	34
5	3	4	4	5	5	4	4	34
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	3	2	4	3	3	4	3	27
4	5	4	5	5	4	5	5	37
4	2	2	5	3	2	2	2	22
5	4	3	5	5	4	4	4	34
5	3	3	5	5	5	5	3	34
5	3	3	5	3	3	4	3	29
5	5	2	5	5	3	5	5	35
5	5	4	5	2	3	4	4	32
5	3	2	4	3	3	4	3	27
5	4	4	5	5	5	4	4	36
5	3	2	5	3	3	4	3	28
5	3	3	5	4	3	4	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	3	5	4	5	5	5	37
5	5	4	5	4	4	4	5	36
5	5	4	5	5	4	5	4	37
5	4	5	5	5	4	4	4	36
5	4	4	4	5	4	5	4	35
5	4	4	5	5	4	4	3	34
5	3	2	5	5	3	5	3	31
4	5	4	5	4	4	5	5	36
4	3	3	5	5	2	2	3	27
5	5	3	5	2	3	5	5	33
5	4	3	5	4	3	5	4	33
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	3	3	5	4	5	5	3	33
5	5	4	5	5	5	5	4	38
5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	4	4	4	5	4	4	5	35
5	4	2	4	5	5	5	5	35
5	3	5	5	5	5	5	5	38
5	5	4	5	4	4	5	4	36
5	5	4	3	5	5	4	5	36
5	3	2	5	4	5	5	5	34
5	5	4	3	5	5	4	4	35
5	3	3	5	4	5	4	3	32
5	3	3	5	3	3	2	3	27
5	2	2	3	4	4	4	2	26
5	3	2	5	5	3	5	3	31
4	3	2	2	3	3	4	3	24
4	3	3	3	5	3	5	3	29

5	4	2	5	4	5	5	5	35
5	5	5	3	5	5	4	5	37
5	4	4	4	5	4	5	4	35
5	3	5	5	4	4	5	4	35
5	4	4	4	4	5	3	5	34
5	2	3	4	4	5	4	3	30
5	5	2	4	5	3	4	5	33
5	3	2	5	3	2	5	3	28
5	5	4	5	5	4	5	5	38
5	5	5	5	4	4	5	4	37
5	4	5	5	5	5	2	4	35
5	4	4	5	5	5	5	5	38
5	5	4	4	4	5	5	3	35
5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	3	2	2	4	5	4	3	28
5	4	4	4	4	4	5	4	34
5	5	4	5	4	4	4	5	36
5	3	3	4	4	3	2	3	27
4	3	3	4	5	2	2	3	26
5	5	3	5	2	3	5	5	33
5	4	3	3	4	3	5	4	31
5	4	4	4	4	5	3	5	34
5	2	3	4	4	5	4	3	30
5	5	2	4	5	3	4	5	33
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	5	5	3	4	5	5	4	36
5	3	3	5	4	5	5	3	33
5	4	5	2	5	4	4	4	33
5	4	4	4	5	4	5	4	35
5	4	4	3	5	4	4	3	32
5	5	4	3	5	4	5	5	36
5	5	5	5	4	4	5	4	37
5	5	4	4	5	5	4	4	36
4	3	3	3	4	5	4	3	29
4	3	3	4	3	3	2	3	25
5	2	2	3	4	4	4	2	26
5	3	2	3	5	3	5	3	29
5	3	5	5	5	5	5	5	38
5	5	4	5	4	4	5	4	36
5	5	4	5	5	5	4	5	38
5	5	4	5	5	5	4	5	38
5	3	2	4	4	5	5	5	33
5	5	4	4	5	5	4	4	36
5	3	3	4	4	5	4	3	31
5	4	4	3	5	5	4	5	35
5	3	2	3	4	5	4	3	29
5	4	4	5	4	4	5	4	35
5	5	5	3	4	4	5	4	35
5	5	4	5	5	5	4	4	37
5	3	3	4	4	5	4	3	31
5	5	4	4	5	5	4	4	36
5	3	3	4	4	5	4	3	31

Lampiran 9 surat keterangan plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-09.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/05/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Shidqi Hamka Maulana
NIM : E20191212
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service, Tingkat Kepercayaan, Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pensiunan Bank BTPN kantor Cabang Pembantu Probolinggo

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 12 Mei 2023

An, Dekan
Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Syahrul Mulyadi



Lampiran 11. Biodata

BIODATA PENULIS



A. Biodata Penulis

1. Nama : Shidqi Hamka Maulana
2. Nim : E20191212
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 26 Maret 2001
5. Agama : Islam
6. Alamat : Dsn. Sumberdadi, RT 001/ RW
010, Desa Gunungsari, Kecamatan
Dawarblandong, Kabupaten
Mojokerto
7. Nomor Hp : 083122830319
8. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
9. Jurusan : Ekonomi Islam
10. Prodi : Perbankan Syariah

B. Riwayat Pendidikan

1. MI : MI Negeri Beji Pasuruan
2. MTs : MTs Ma'had Al-Zaytun
3. MA : MA Ma'had Al-Zaytun
4. Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji
Achmad Siddiq Jember

C. Pengalaman Organisasi

1. Organisasi Pelajar Ma'had Al-Zaytun 2018-2019 sebagai Sekretaris
Kementerian Peribadatan
2. Binayah Tilawatil wa Tahfidz Al-Qur'an Al-Zaytun sebagai Sekretaris