

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA OTO BANK NAGARI CABANG KOTO BARU (STUDKASUS MAHASISWA UNIVERSITAS DHARMASNDONESIA) (2021)

Aldia Rilas¹, Mayroza Wiska² dan Fenisi Resty^{3*}

*Fakultas Hukum Dan Ekonomi Bisnis, Universitas Dharmas Indonesia, Dharmasraya, Indonesia
Manajemen Marketing, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Dharmasraya, Indonesia
aldiarilas23@gmail.com*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru. Metode pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan pengambilan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia sebagai nasabah pada Oto Bank Nagari, responden yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 93 responden. Hasil penelitian membuktikan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan tidak adanya pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

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

Abstract. *This study was conducted to determine how much influence service quality and satisfaction customers on customer loyalty at Oto Bank Nagari Koto Baru Branch. The purpose of this research was carried out to find out how much influence Service Quality and Customer Satisfaction have on customer loyalty in Oto Bank Nagari Koto Baru Branch. The method in this study is a quantitative method and data collection using a questionnaire. The population in this study were all students of Dharmas Indonesia University as customers at Oto Bank Nagari, the respondents who were used as samples were 93 respondents. Based on the results of the study, it is known that the value of the coefficient. The results of the study prove that the magnitude of the influence of service quality on customer loyalty and the absence of influence of customer satisfaction on customer loyalty.*

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

Pendahuluan

Pada masa perekonomian yang telah masuk dalam era globalisasi, dimana sebagai pelaku bisnis merasakan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut, pelaku bisnis wajib memperhatikan pengaruh dari kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah ini memegang peranan yang sangat penting dalam kesuksesan dari sebuah perusahaan untuk dapat bersaing. Kepuasan nasabah akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan nasabah sehingga

menjadi sumber keunggulan daya saing berkelanjutan. Dari perspektif konsumen, banyak keluhan dan hak-hak konsumen diabaikan menyangkut pelayanan yang lambat dan tidak ramah, promosi yang merugikan, rendahnya kualitas produk dan jasa. Perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh konsumen ini, bila tidak diantisipasi dengan baik oleh pengusaha akan menjadi masalah bagi perusahaan itu sendiri.

Perbankan sendiri merupakan perantara keuangan dari dua pihak, yakni pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana.

Hal tersebut tercermin pada UU RI No. 10 tahun 1998, tanggal 10 November 1998 yang menjelaskan mengenai perbankan. Menurut UU RI No. 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bank-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Seperti pada pengertiannya, yang pada intinya perbankan merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat.

(Warsito, 2018) Untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat ini, maka pelaku industri perbankan harus lebih cermat lagi dalam mengamati perkembangan pasar dan mendefinisikan kebutuhan nasabahnya dengan hati-hati dalam merancang produk jasa perbankan dan sistem pendukungnya. Sikap nasabah yang sangat selektif dalam menentukan pilihan produknya tidak hanya akan melihat wujud fisiknya tetapi juga mempertimbangkan pelayanan-pelayanan yang menyertainya.

Bank Nagari Cabang Koto Baru memberikan fasilitas berupa mobil bank keliling yaitu Oto bank. Oto bank merupakan fasilitas layanan yang disiapkan oleh bank untuk mempermudah masyarakat atau nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan adanya Oto bank yang membantu dan memberi kemudahan dalam bertransaksi memberikan nilai yang baik serta kepuasan bagi nasabah. Dengan adanya Oto bank mempermudah mahasiswa dalam melakukan pembayaran administrasi. Tetapi keberadaan Oto bank tidak selalu ada di kampus dikarenakan waktu dan jam operasional hanya setiap hari Kamis saja

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Metode penelitian menggunakan teknik analisis kuantitatif dengan menggunakan kuisioner. Menurut Sugiyono (2013), data kuantitatif adalah data yang diperoleh melalui pertanyaan yang terstruktur berbentuk angka

yang sifatnya dapat dihitung dan diukur jumlahnya untuk diolah.

Tempat Penelitian

Adapun tempat penelitian ini adalah di Universitas Dharmas Indonesia. Pemilihan lokasi penelitian ini dengan alasan bahwa sebagai nasabah pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru.

Populasi Dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Dharmas Indonesia sebagai nasabah pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru.

Sampel

Dalam penelitiannya responden adalah nasabah di Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru di Universitas Dharmas Indonesia pada saat pengumpulan data melalui kuisioner. Berkenaan dengan penentuan jumlah responden yang akan dijadikan sampel Slovinci dalam (Chusnah, 2016) menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dengan rumus :

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = error/ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (10%)

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

$$n = \frac{1375}{1 + (1375) \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1375}{1 + 13,75}$$

$$n = \frac{1375}{14,75}$$

$$n = 93,22$$

Jadi sampel pada penelitian ini berjumlah 93 orang yang terdiri dari mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia.

Hasil Dan Pembahasan Uji Validitas

Uji validitas untuk mengetahui tingkat validitas dan instrumen kuesioner yang digunakan dalam mengumpulkan data uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang terjadi dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Pengujian menggunakan uji 2 (dua) sisi dengan tingkat signifikansi 0.05, untuk menafsirkan hasil uji validitas, kriteria yang digunakan adalah :

1. Jika nilai r_{hitung} lebih besar ($>$) dari nilai r_{tabel} , maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, dinyatakan valid dan dapat dipergunakan.

2. Jika nilai r_{hitung} lebih kecil ($<$) dari nilai r_{tabel} , maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dipergunakan. Nilai r_{tabel} dapat dilihat pada $\alpha = 5\%$.

3.2 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Dari hasil pengolahan data pada variabel kualitas pelayanan, dapat diperoleh hasil uji validitas seperti tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung N=93	r tabel 5% Df=N=93	Keterangan
Kualitas Pelayanan X1	X1.1	0,528	0,205	Valid
	X1.2	0,549	0,205	Valid
	X1.3	0,529	0,205	Valid
	X1.4	0,540	0,205	Valid
	X1.5	0,584	0,205	Valid
	X1.6	0,551	0,205	Valid
	X1.7	0,496	0,205	Valid
	X1.8	0,550	0,205	Valid
	X1.9	0,506	0,205	Valid
	X1.10	0,628	0,205	Valid
	X1.11	0,532	0,205	Valid
	X1.12	0,640	0,205	Valid
	X1.13	0,485	0,205	Valid
	X1.14	0,525	0,205	Valid
	X1.15	0,457	0,205	Valid
	X1.16	0,430	0,205	Valid
	X1.17	0,385	0,205	Valid
	X1.18	0,554	0,205	Valid

Sumber : Data Olahan IBM SPSS 20 (2021)

Berdasarkan Uji validitas pada tabel 3.1 jika nilai r_{hitung} lebih besar ($>$) dari r_{tabel} , maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total, dinyatakan valid dan dapat dipergunakan r_{tabel} 0,205 didapatkan dari ketentuan r_{tabel} 5%. Berdasarkan perbandingan antara r_{hitung} dan r_{tabel} maka

dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah valid.

Uji Validitas Kepuasan Nasabah (X2)

Dari hasil pengolahan data pada variabel Kepuasan Nasabah, dapat diperoleh hasil uji validitas seperti tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Kepuasan Nasabah (X2)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung N=93	r tabel 5% Df=N=93	Keterangan
Kepuasan Nasabah X2	X2.1	0,612	0,205	Valid
	X2.2	0,681	0,205	Valid
	X2.3	0,730	0,205	Valid
	X2.4	0,604	0,205	Valid
	X2.5	0,739	0,205	Valid

Sumber : Data Olahan IBM SPSS 20 (2021)

Berdasarkan Uji validitas pada tabel 3.2 jika nilai *r hitung* lebih besar ($>$) dari *r tabel*, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total, dinyatakan valid dan dapat dipergunakan *r tabel* 0,205 didapatkan

dari ketentuan *r tabel* 5%. Berdasarkan perbandingan antara *r hitung* dan *r tabel* maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variabel Kepuasan Nasabah (X2) adalah valid.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung N=93	r tabel 5% Df=N=93	Keterangan
Loyalitas Nasabah Y	Y1	0,520	0,205	Valid
	Y2	0,592	0,205	Valid
	Y3	0,601	0,205	Valid
	Y4	0,652	0,205	Valid
	Y5	0,483	0,205	Valid
	Y6	0,682	0,205	Valid
	Y7	0,633	0,205	Valid

Sumber :Data Olahan IBM SPSS 20 (2021)

Berdasarkan Uji validitas pada tabel 3.3 jika nilai *r hitung* lebih besar ($>$) dari *r tabel*, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total, dinyatakan valid dan dapat dipergunakan *r tabel* 0,205 didapatkan dari ketentuan *r tabel* 5%. Berdasarkan perbandingan antara *r hitung* dan *r tabel* maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variabel Loyalitas Nasabah (Y) adalah valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, teknik atau rumus yang digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak. Ghazali

dalam (Dwiana, i2013) menyatakan bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika responden pada seluruh item (variabel) adalah reliabel.

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas $>$ 0,60. Formula yang dipergunakan untuk menguji reliabilitas didalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus koefisien alpha (α) dari cronbach yaitu berikut adalah kriteria pengujian pengukuran reliabilitas:

1. Jika nilai Cronbach's alpha $>$ 0,60 maka item variabel tersebut dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai Cronbach's alpha $<$ 0,60 maka item variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Berikut ini akan disajikan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan IBM SPSS versi 20 yang

dapat dilihat ditabel berikut:

Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Dan Kepuasan Nasabah (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

No	variabel	Cronbacs Alpha	Hasil	Kesimpulan
1.	Kualitas Pelayanan	0,738	Reliabel	Semua Data Reliabel
2.	Kepuasan Nasabah	0,767	Reliabel	
3.	Loyalitas Nasabah	0,741	Reliabel	

Sumber : Data Olahan IBM SPSS 20 (2021)

Indikator untuk reliabilitas adalah Croncabc'h's alpha, hasil uji reliabilitas menemukan nilai koefisien cronbach's alpha yang secara keseluruhan sudah reliabel atau handal dengan nilai koefisien cronbach's alpha besar dari 0,60. Pada tabel 4.10 sudah dapat dilihat bahwa tabel tersebut telah dapat dipergunakan untuk pengujian lebih lanjut karena nilai cronbach's alpha > 0,60 hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel. Nilai koefisien cronbach's alpha dari ketiga variabel pada penelitian ini lebih besar dari 0,60. Nilai koefisien cronbach's alpha pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah untuk bertransaksi menunjukkan lebih dari 0,60. Hal ini membuktikan bahwa seluruh variabel dalam peneltian ini reliabel. Artinya alat ukur yaitupengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah untuk bertransaksi

mampu memberi hasil yang relatif sama jika dilakukan pada waktu yang berbed. Nilai yang ditujukan pada cronbach's alpha untuk semua variabel yaitu kualitas pelayanan X1 (0,738), kepuasan nasabah X2 (0,767) dan loyalitas nasabah Y (0,741). Oleh karena itu hasil reliabelitas diatas dianggap reliabel karena dijadikan sebagai alat ukur dan hasil dari uji reliabelitas pada setiap variabel bernilai diatas 0,60.

3.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda dilakukan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan menggunakan SPSS for windows versi 20 maka hasilnya dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan (X1) Dan Kepuasan Nasabah (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.368	.712		4.732	.000
	KUALITAS_PE LAYANAN	.298	.113	.294	2.635	.002
	KEPUASAN_N ASABAH	.102	.098	.116	1.038	.001

Sumber : Data Olahan SPSS 20 (2021)

Berdasarkan tabel 3.5 dapat dilihat bahwa nilai konstanta (a) 3,368 s dangkan koefisien regresi pengaruh kualitas pelayanan (bX1) sebesar 0,298 dan kepuasan nasabah (bX2) sebesar 0,102. Sehingga didapatkan persamaan regresi untuk pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah untuk bertransaksi sebagai berikut:

$$Y = 3,368 + 0,298X_1 + 0,102X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat artikan bahwa konstanta sebesar 3,368 artinya jika pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) nilainya satuan bobot, maka loyalitas nasabah (Y) nilainya adalah 3,368 satuan bobot. Hal ini dilihat dari hasil regresi berganda diatas. Pada variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang besar pada kepuasan nasabah.

1. Konstanta sebesar 3,368 artinya apabila kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah ada atau tidaknya peningkatan maka loyalitas nasabah tetap sebesar 3,368.
2. Apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar satuan, dengan kepuasan

nasabah diabaikan, maka akan mengakibatkan peningkatan loyalitas nasabah sebesar 0,209.

3. Apabila kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar satuan, dengan kualitas pelayanan diabaikan, maka akan mengakibatkan peningkatan loyalitas sebesar 0,102.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik di gunakan untuk melihat apakah model penelitian yang di lakukan layak untuk digunakan dan juga di lanjutkan. Berikut ini adalah hasil asumsi klasik dalam bentuk :

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya, uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Maka uji normlitas bisa di lihat pada data tabel 3.6 di bawah ini:

Tabel 3.6. Hasil Uji Normalitas Data Normal Kolmogrov-Smirnov Tes One Sample Kolmogrov-Smirnov Tes

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^a b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.12015902
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.755
Asymp. Sig. (2-tailed)		.619
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data		

Sumber : Data Olahan IBM SPSS 20 (2021)

Dari data diatas di olah dengan memakai uji kolmogorov-Smirnov karena data yang dimiliki lebih dari 93 orang dan untuk melakukan penilaian mengacu kepada angka signifikansi dengan tingkat signifikansi >0,05. Dan dari data di atas dapat di simpulkan bahwasanya hasil dan

data penelitian ini bersifat normal. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan 0,619>0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Heterokedatisitas

Model regresi yang baik adalah terjadi homokedatisitas dalam model, atau dengan perkataan lain tidak terjadi heterokedatisitas. Untuk mendeteksi tidak adanya heterokedatisitas akan dilakukan pengujian dengan uji *glejser* yang mengusulkan untuk meregres nilai absolute

residual terhadap variabel independen, maka tidak terdapat indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat apabila dari probabilitas signifikannya di atas tingkat kepercayaan 5%. Berikut adalah hasil pengujian untuk mendeteksi tidak adanya heterokedatisitas.

Tabel 3.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Nasabah (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.792	1.846		.971	.334
	Kualitas Pelayanan	.025	.031	.098	.822	.413
	Kepuasan Nasabah	-.062	.085	-.087	-.734	.465

Sumber : Data Olahan IBM SPSS 20 (2021)

Dari hasil tabel *coeffisien* diatas yang di lihat adalah nilai signifikansinya. variabel independen memiliki nilai signifikan >0,05 maka bisa dikatakan model penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada

hubungan diantara variabel bebas. Untuk menguji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai VIF (Variance Inflation Faktor). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Berikut adalah hasil pengujiannya.

Tabel 3.8 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Dan Kepuasan Nasabah (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.472	2.847		4.732	.000		
	Kualitas Pelayanan	.126	.048	.294	2.635	.010	.778	1.286
	Kepuasan Nasabah	.136	.131	.116	1.038	.302	.778	1.286

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Sumber : Data Olahan IBM SPSS 20 (2021)

Dari hasil tabel di atas, yang akan di nilai adalah nilai tolerance dan juga VIF nya, dapat dilihat bahwa nilai tolerance kualitas pelayanan (X1) $0,778 > 0,1$ dan kepuasan nasabah (X2) $0,778 > 0,1$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas, dan nilai VIF nya ≤ 10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Hipotesis

Uji T (Persial)

Uji t dimaksud untuk menguji signifikan pengaruh variabel bebas dan terikat secara parsial. Dimana pengujian ini membandingkan antara probabilitas signifikan dengan alpha 0,05. Dari hasil pengujian ini bila probabilitas signifikan lebih kecil dari pada alpha 0,05 maka diperoleh H_0 ditolak dan H_3 diterima, berarti ada hubungan dan bila probabilitas signifikan lebih besar daripada alpha 0,05 maka H_0 diterima dan H_3 ditolak, berarti tidak ada hubungan. Dasar pengambilan keputusan uji t persial adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
3. Jika nilai sig $<$ 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
4. Jika nilai sig $>$ 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
5. H_0 diterima dan H_1 ditolak jika nilai t hitung $<$ t tabel atau jika nilai sig $>$ 0,05. Artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
6. H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai t hitung $<$ t tabel atau jika nilai sig $<$ 0,05. Artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Derajat kebebasan (df) $n - k - 1$ yaitu $93 - 2 - 1 = 90$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independent) sehingga hasil yang diperoleh untuk t-tabel sebesar 1.661. Dari hasil olah data dapat disajikan pada tabel 3.9 berikut:

Tabel 3.9 Hasil Uji T
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.368	.712		4.732	.000
	Kualitas_pelayanan	.298	.113	.294	2.635	.002
	Kepuasan_nasabah	.102	.098	.116	1.038	.001

a. Dependent Variable: LOYALITAS_NASABAH

Sumber : Data Olahan SPSS 20 (2021)

Pada tabel 3.9 di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Dari tabel 4.9 di atas terlihat t-hitung 2,635 dan t-tabel 1,661 dimana t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,635 > 1,661$) ini menunjukkan variabel bebas kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat loyalitas nasabah dan tingkat signifikan lebih besar dari alpha ($0,002 < 0,05$) maka dapat

diperoleh H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

Sesuai dengan hasil dari pembahasan diatas maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Oto bank Nagari Cabang koto Baru. Semakin bagus atau tinggi kualitas pelayanan, maka loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari semakin tinggi. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan

rendah maka loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari mengalami penurunan.

2. Pengaruh Kepuasan Nasabah (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dari tabel 4.12 di atas terlihat t-hitung 1,038 dan t-tabel 1,661 dimana t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($1,038 < 1,661$) ini menunjukkan variabel bebas kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap variabel terikat loyalitas nasabah. Dan tingkat signifikan lebih besar dari alpha ($0,001 < 0,05$) maka dapat diperoleh H_0 diterima H_1 ditolak artinya kepuasan nasabah (X2) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

Sesuai dengan hasil dari pembahasan diatas maka dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari. Jika kepuasan nasabah pada Oto Bank Nagari mengalami peningkatan maka loyalitas nasabah tidak berpengaruh. Meningkat atau menurunnya kepuasan nasabah tetap tidak mempengaruhi loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari Cabang Koto baru.

Uji F

Uji koefisien regresi secara bersama-sama dilakukan dengan Uji F (ANOVA). Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependent atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Pengujian dilakukan dengan uji F (ANOVA). Uji F menggunakan taraf signifikan 0,05 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel-1) df 2 ($n-k-1$) atau $93-2-1 = 90$, maka hasil yang diperoleh untuk F tabel sebesar 2.71.

Uji F dimaksud untuk menguji hipotesis dari penelitian yang menyatakan variabel harga (X1), kualitas produk (X2) dan promosi (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengujian hipotesis secara bersama-sama dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.478	2	4.239	6.816	.002 ^b
Residual	55.979	90	.622		
Total	64.457	92			

a. Dependent Variable: LOYALITAS_NASABAH

Predictors: (Constant), KEPUASAN_NASABAH, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : Data Olah IBM SPSS 20 (2021).

Dari tabel 4.10 di atas dapat dilihat pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai *F hitung* dengan *F tabel* karena nilai *F hitung* lebih besar dari nilai *F tabel* ($6,816 > 2,71$). Nilai *F hitung* 6,816 dengan tingkat signifikan ($0,002 < 0,005$). Maka diperoleh H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang berarti antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Sesuai dengan hasil dari pembahasan diatas maka dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayan terhadap loyalitas nasabah dan tidak adanya pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru meningkat yang mengakibatkan loyalitas nasabah juga meningkat dan sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun

maka loyalitas nasabah juga menurun. Jika kepuasan nasabah pada Oto Bank Nagari mengalami peningkatan maka loyalitas nasabah tidak berpengaruh. Meningkat atau menurunnya kepuasan nasabah tetap tidak mempengaruhi loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari Cabang Koto baru.

Uji Determinasi R²

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terdiri dari kualitas pelayanan (X₁) dan kepuasan nasabah (X₂) terhadap loyalitas nasabah (Y). hasil determinasi dapat dilihat pada tabel 4.11 sebagai berikut :

**Tabel 3.11 Hasil Uji R²
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.445	.425	.78866

Sumber: Data Olahan IBM SPSS 20 (2021)

Berdasarkan tabel 3.11 diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R^2) adalah 0,667. Artinya terdapat hubungan yang kuat searah antara variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Kepuasan Nasabah (X₂) terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0,66,7 %. Karena R mendekati 1. Sedangkan angka R^2 (R Square) dapat diketahui bahwa dijelaskan pada variabel dependent Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0,445 atau 44,5% sedangkan nilai Adjusted R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,425 yang artinya bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar 42,5%, sedangkan 57,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Pembahasan Analisis Pengembangan Hipotesis

Analisis Keterkaitan Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.

Pengaruh kualitas pelayanan (X₁) terhadap loyalitas nasabah (Y). Dari tabel 4.9 di atas terlihat t-hitung 2.635 dan t-tabel 1,661 dimana t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2.635 > 1,661$) ini menunjukkan variabel bebas kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat loyalitas nasabah dan tingkat signifikan lebih besar dari alpha ($0,002 < 0,05$) maka dapat diperoleh H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya Kualitas pelayanan (X₁) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

Sesuai dengan hasil dari pembahasan diatas maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Oto bank Nagari Cabang koto Baru. Semakin bagus atau tinggi kualitas pelayanan, maka loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari semakin tinggi. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan rendah maka loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari mengalami penurunan.

Analisis Keterkaitan Variabel Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.

Pengaruh kepuasan nasabah (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y). Dari tabel 4.9 di atas terlihat t-hitung 1.038 dan t-tabel 1,661 dimana t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($1.038 < 1,661$) ini menunjukkan variabel bebas kepuasan nasabah berpengaruh terhadap variabel terikat loyalitas nasabah dan tingkat signifikan lebih kecil dari alpha ($0,001 < 0,05$) maka dapat diperoleh H_0 ditolak H_1 diterima artinya kepuasan nasabah (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

Sesuai dengan hasil dari pembahasan diatas maka dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari. Jika kepuasan nasabah pada Oto Bank Nagari mengalami peningkatan maka loyalitas nasabah tidak berpengaruh. Meningkatkan atau menurunnya kepuasan nasabah tetap tidak mempengaruhi loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari Cabang Koto baru.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Adhe Lina Riananda (2019). Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t hitung kepuasan sebesar 6,941 dengan signifikansi 0,000 dan nilai ttabel 1,660 maka t hitung $>$ t tabel atau $6,941 > 1,660$.

Analisis Keterkaitan Variabel Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.

Secara simultan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 4,903 dengan nilai signifikansi

$0,002 < 0,05$. Dari tabel 4.10 di atas dapat dilihat pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} karena nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($6.816 > 2.71$). Nilai F 6.816 dengan tingkat signifikan ($0,002 < 0,005$). Maka diperoleh H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang berarti hal ini dilakukan secara bersama-sama antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Sesuai dengan hasil dari pembahasan diatas maka dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayan terhadap loyalitas nasabah dan tidak adanya pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru meningkat yang mengakibatkan loyalitas nasabah juga meningkat dan sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun maka loyalitas nasabah juga menurun. Jika kepuasan nasabah pada Oto Bank Nagari mengalami peningkatan maka loyalitas nasabah tidak berpengaruh. Meningkatkan atau menurunnya kepuasan nasabah tetap tidak mempengaruhi loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari Cabang Koto baru.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru. Maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Sesuai dengan hasil dari pembahasan diatas maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Oto bank Nagari Cabang koto Baru. Semakin bagus atau tinggi kualitas pelayanan, maka loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari semakin tinggi. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan rendah maka loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari mengalami penurunan.

2. Sesuai dengan hasil dari pembahasan diatas maka dapat diartikan bahwa kepuasan

nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari. Jika kepuasan nasabah pada Oto Bank Nagari mengalami peningkatan maka loyalitas nasabah tidak berpengaruh. Meningkatkan atau menurunnya kepuasan nasabah tetap tidak mempengaruhi loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari Cabang Koto baru.

Sesuai dengan hasil dari pembahasan diatas maka dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayan terhadap loyalitas nasabah dan tidak adanya pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru meningkat yang mengakibatkan loyalitas nasabah juga meningkat dan sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun maka loyalitas nasabah juga menurun. Jika kepuasan nasabah pada Oto Bank Nagari mengalami peningkatan maka loyalitas nasabah tidak berpengaruh. Meningkatkan atau menurunnya kepuasan nasabah tetap tidak mempengaruhi loyalitas nasabah pada Oto Bank Nagari Cabang Koto baru.

Daftar Pustaka

- Afifah, Azka Al. i2017. “Pengaruh iKualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi iKasus Di Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang iSimpang Patal iPalembang) iOleh.”
- Alwe, Alv Purwant. 2015. “Nasabah Terhadap Loyaltas Nasabah Pada Pt . Bank iRiau Kepri iCabang iSiak” iV i(2): i285–94.
- Asfhan, Dw Mukti. 2019. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Bri Syariah Kantor Cabang Madun.” *Journal Of Chemical nformation And Modelng* 53 (9): 1689–99.
- Azizah, Hilyatul. 2013. “Pengaruh Kualitas, Citra Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah” 1 (2).
- Chusnah, Nidaul. i2016. “Pengaruh Religiusitas, iKualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat ndonesia Cabang Pembantu Magelang.”
- Citra, Amelia Dwi. 2017. “Pengaruh Kualtas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah iMandiri Kcp Harapan ndah Bekasi.”
- Dwiana, iAgustina. i2013. i“Pengaruh iKualitas iPelayanan iTerdapat iLoyalitas iNasabah iPada iPt. iBank iNegara ndonesia i(Persero) iTbk iCabang iPembantu iTarutung.” i*Manajemen*.
- Fadila. i2020. i“Pengaruh iKualitas iPelayanan iTerdapat iLoyalitas iNasabah iTabungan iTamara iDi iBmt iAgam iMadani iNagari iKamang iMudiak iKecamatan iKamang iMagek”.”
- Jeany, iMauli iSiagian. i2020. i“Pengaruh iKualitas iPelayanan iDan iKepuasan iNasabah iTerdapat iLoyalitas iNasabah iPada iBpr iArtha iPrima iPerkasa” i7 i(3): i330–41.
- Masdupi, iDedi iSetiawan iDan iErni. i2014. i“Pengaruh iKualitas iPelayanan, iKualitas iProduk iDan iKepuasan iNasabah iTerdapat iLoyalitas iNasabah iTaplus iBni iCabang iSolok, iTesis iProgram iMagister iManajemen iUniversitas iNegeri iPadang,” i1–19.
- Mukaddam. i2014. i“Pengaruh iKualitas iPelayanan iTerdapat iLoyalitas iNasabah iStudi iDi iBank iPembiayaan iRakyat iSyariah i(Bprs) iBangun iDrajat iWarga i(Bdw) iYogyakarta.”
- Naim, iRizky iNurtahirah. i2019. i“Pengaruh iKualitas iLayanan, iNilai iDan iKepuasan iNasabah iBank iSyariah iBukopin iDi iMakasar” i2 i(2).
- Octavia, iRia. i2019. i“Pengaruh iKualitas iPelayanan iDan iKepuasan iNasabah iTerdapat iLoyalitas iNasabah iPt i. iBank ndex iLampung” i13 i(1): i35–39. i<https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35>.
- Putri iBalqis iPane. i2020. i“Pengaruh iKualitas iPelayanan, iLokasi iDan iFasilitas iMobil iKas iKeliling iBri iSyariah iTerdapat iKepuasan iMahasiswa iFebi iUin-Su iDalam iMelakukan iPembayaran iUang iKuliah iTunggal i(Ukt).” i*Manajemen*, i13–14.
- Rastini, iNi iMade. i2016. i“Nasabah iDan iLoyalitas iNasabah iBank iMandiri iCabang iVeteran iDenpasar iBali” i5 i(1): i706–33.
- Riananda, iAdhe iLina. i2019. i“Pengaruh iKualitas iPelayanan iDan iKepuasan iTerdapat iLoyalitas iNasabah iPada iBank iMuamalat iKantor iCabang iPembantu iPonorogo.” i*Manajemen*, i27.
- Satriyanti, iEvi iOkatviani. i2012. i“Pengaruh iKualitas iLayanan, Kepuasan iNasabah iDan

- iCitra iBank iTerhadap iLoyalitas iNasabah iBank iMuabialat iDisurabaya” i2 i(2): i171–84.
- Setiawan, iHeri. i2017. i“Pengaruh iKualitas iLayanan, iPersepsi iNilai iDan iKepuasan iNasabah iTerhadap iLoyalitas iNasabah iBank.”
- Subagja, wan iKurniawan, iAnd iPutri iHerlanies iSusanto. i2019. i“Pengaruh iKualitas iPelayanan, iKepuasan iNasabah iDan iCitra iPerusahaan iTerhadap iLoyalitas iNasabah iPt. iBank iCentral iAsia iTbk iKantor iCabang iPondok iGede iPlaza.” i*Jurnal iManajemen iBisnis iKrisnadwipayana* i7 i(1).
i<https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.249>.
- Susanto, iPuteri iHerlanies. i2019. i“Pengaruh iKualitas iLayanan, iKepuasan iNasabah iDan iCitra iPerusahaan iTerhadap iLoyalitas iNasabah iPt. iBank iCentral iAsia iTbk iKantor iCabang iPondok iGede iPlaza” i7 i(May).
i<https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.249>.
- Taslim, iMuhammad. i2018. i*Pelayanan iDan iKepuasan iNasabah iTerhadap iLoyalitas iNasabah iBank iBni iSyariah iKcp iMagelang*.
- Warsito, iWindry iSetyaning. i2018. i“Pengaruh iKepuasan iTerhadap iLoyalitas iNasabah iPada iPt. iBprks iCabang iDago iBandung.” i*Widya iCipta i- iJurnal iSekretari iDan iManajemen* i2 i(2): i225–32.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv.