

**PENGARUH CITRA BANK, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PT.BANK PANIN KCP TROPODO SIDOARJO**

DINDA ARMY DIYAH

NIM : 17211023

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

ABSTRAK

Era globalisasi sekarang ini, pertumbuhan perbankan di Indonesia semakin pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya bank-bank milik swasta maupun milik negara yang terdapat di setiap daerah. Penelitian ini menganalisis pengaruh citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*) yaitu tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Sampel pada penelitian ini nasabah pinjaman dan simpanan PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo sampai bulan oktober 2020 yang berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling method* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan software SPSS 17,0. Hasil penelitian ini menunjukkan diantaranya bahwa (1) Citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo, (2) Citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo, (3) Kepuasan nasabah berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo

Kata Kunci : Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Terjadinya masa globalisasi, membuat pesatnya pertumbuhan perbankan di Indonesia. Perihal ini diisyaratkan semakin menyebarnya bank milik swasta maupun milik negara yang terdapat di setiap daerah. Perbankan merupakan lembaga yang penting bagi sebuah negara. Bank yaitu alokasi penyimpanan dana dari perusahaan, perorangan, badan-badan swasta maupun pemerintah.

Kemunculan beberapa bank baru yang menyediakan bermacam produk layanan yang dapat menarik nasabah lain untuk berpaling dari bank yang sudah eksis sebelumnya, membuat masyarakat lebih selektif dalam menentukan pilihan bank mana untuk investasi dana yang mereka simpan maupun dipergunakan agar bisa mencukupi seluruh kebutuhan finansial.

Semakin banyaknya kompetitor pasti setiap bank memiliki strategi untuk mendapatkan

nasabah semaksimal mungkin. Antara lain yaitu memberikan bunga yang meringankan nasabah, penambahan jangka waktu, singkatnya prosedur adalah contoh strategi perbankan untuk mendapatkan minat nasabah. Karena itu pihak perbankan menyadari sangat pentingnya loyalitas nasabah.

Griffin [2016:31] menyatakan loyalitas nasabah merupakan seseorang yang melakukan kegiatan pembelian, khususnya kegiatan pembelian secara tertib serta terjadi beberapa kali. Loyalitas adalah salah satu faktor yang dominan sekarang ini yang berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis, sebab dalam waktu belakangan ini loyalitas konsumen dijadikan tujuan yang paling penting dari terwujudnya keberhasilan perusahaan. Dalam perusahaan keuangan seperti bank, meningkatnya keuntungan bank didapatkan dari nasabahnya yang bersifat loyal, karena laba pokok bank didapatkan dari selisih antara bunga simpanan yang didapatkan dari bunga yang terjadi atas pinjaman nasabah atau kredit dari para nasabah [Kasmir, 2017:136]. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah salah satunya antara lain citra bank, kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah.

Faktor pertama yaitu citra bank. Menurut Kotler & Keller (2017:299), citra bank / perusahaan yaitu pandangan pada perusahaan atau produknya yang mereka berikan kepada masyarakat. Untuk suatu industri citra yang baik absolut dibutuhkan. Citra perbankan dapat dilihat dari nama sebuah perusahaan, bentuk bangunannya perusahaan, macam-macam produk dan pelayanan dan juga kesan

kepada karyawan dalam menjalin hubungan dengan para nasabahnya.

Faktor kedua yaitu kualitas pelayanan. Menurut Ratminto (2016:14), kualitas pelayanan merupakan sesuatu aktivitas ataupun rangkaian aktivitas yang bersifat tak nampak melalui kejadian karena terjadi hubungan diantara nasabah dengan pihak perusahaan maupun adanya sesuatu yang diberikan suatu perusahaan untuk memberikan solusi atas permasalahan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan faktor luar biasa penting agar ditingkatkan serta tetap dipertahankan, karena kualitas pelayanan sebagai dasar untuk membuat nasabah menjadi loyal.

Faktor yang ketiga adalah kepuasan nasabah. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:150), kepuasan nasabah merupakan perasaan menyenangkan atau tidak senang yang dihasilkan seseorang dari hasil perbandingan hasil kerja atau produk yang dirasakannya. Nasabah bisa merasakan kepuasan setelah ada perbandingan pengalaman saat nasabah membeli barang/jasa dan merasakan layanan yang diberikan pemberi jasa sesuai keinginan customer.

Bank Panin yaitu salah satu perusahaan perbankan di Indonesia yang dapat dikatakan sukses dalam mengoperasikan bisnisnya. Bank Pan Indonesia, Tbk atau disebut Bank Panin telah berdiri sejak tahun 1971, dan ditahun 1982 telah menjadi perseroan terbatas (PT), merupakan bank pertama yang diperdagangkan secara terbuka di bursa.

Sebagai bank untuk ritel, PT. Bank Panin menyediakan produk dan layanan yang bisa dipergunakan

oleh perseorangan ataupun kelompok, agar dapat mencukupi kebutuhan perseorangan. Nasabah bisa menentukan produk mana yang diambil baik simpanan maupun kredit yang ada di jasa layanan yang diinginkan, sebab perusahaan ikut serta dalam beberapa promosi antara lain mempunyai mitra dengan perusahaan properti, otomotif, serta pengembang besar, termasuk Usaha Kredit Mikro (UKM).

Fenomena yang dialami Bank Panin saat ini, khususnya Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo, nasabah masih belum merasakan layanan yang diharapkan, yang dapat menyebabkan nasabah beralih ke penyedia layanan lain. Permasalahan yang banyak dikeluhkan oleh para nasabah secara global bisa digolongkan menjadi beberapa kategori, antara lain : (1) bagian pemasaran memberikan keterangan yang tidak jelas; (2) tidak lengkapnya keterangan yang diberikan bagian pemasaran; (3) ketidaksesuaian perjanjian dalam pencairan yang sering mengalami keterlambatan; (4) layanan kredit yang selalu berbelit; (5) bagian pemasaran yang bersikap tidak paham pentingnya pelanggan; (6) pelayanan yang ketus dari salah satu bagian pemasaran saat melayani kredit; (7) antrian panjang saat menunggu pencairan di teller; serta (8) teller kurang cepat saat pelayanan (Kotak saran PT. Bank Panin KC. Tropodo Sidoarjo per 14 November 2020).

Berdasarkan uraian diatas, sehingga diperoleh gambaran yaitu keberhasilan Bank Panin dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan, kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah. Bahwa sepanjang perjalanannya, PT

Bank Panin telah menetapkan strategi agar jadi bank terpilih yang bisa memuaskan nasabahnya atas pemberian penawaran untuk kebutuhan jasa keuangan. Maka dari itu salah satu faktor kunci dalam mensukseskan strategi tersebut adalah loyalitas nasabah. Berdasarkan penjelasan fenomena diatas, maka diambil judul **“PENGARUH CITRA BANK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK PANIN KCP TROPODO SIDOARJO”**.

LANDASAN TEORI

Menurut Alma dalam Gassing [2016:156], pengertian citra yaitu serentetan keyakinan disambungkan dengan suatu angan-angan yang didapatkan melalui pengalaman.

Menurut Syarifuddin & Suryanto [2016:157], faktor pembentukan citra yaitu:

1. Identitas fisik
2. Identitas nonfisik
3. Kualitas hasil, mutu dan pelayanan
4. Aktivitas dan pola hubungan

Menurut Heerden dan Puth (2016), 4 indikator sebagai ukuran atas pandangan nasabah atas citra bank, ialah:

1. Aspek Kedinamisan Bank.
2. Aspek Kestabilan dan Kredibilitas Bank.
3. Aspek identitas Bank secara visual.
4. Aspek pelayanan Bank.

Menurut Kotler dan Keller (2016:131), kualitas pelayanan adalah kapabilitas organisasi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Tjiptono [2016:75-76] menjelaskan prinsip-prinsip kualitas pelayanan terdiri dari enam prinsip antara lain:

1. Kepemimpinan
2. Pendidikan
3. Perencanaan
4. Review
5. Komunikasi
6. Penghargaan dan Pengakuan
(*Total Human Reward*)

Tjiptono [2016:70]

menjelaskan teori dari Parasuraman, et al yaitu ada 5 dimensi kualitas pelayanan yang sering dipakai sebagai ukuran untuk mengukur kualitas pelayanan, antara lain:

1. *Reliability* [kehandalan]
Reliability dapat diukur menggunakan indikator antara lain:
 - a. Pelayanan yang diberikan sesuai yang dijanjikan.
 - b. Pelayanan diberikan pertama pelanggan datang.
 - c. Pelayanan diberikan sesuai dengan janji atas waktu tersebut.
2. *Responsiveness* [daya tanggap]
Responsiveness dapat diukur menggunakan indikator antara lain:
 - a. Karyawan dengan cepat dan tanggap melayani kebutuhan pelanggan.
 - b. Layanan secara tepat untuk pelanggan.
 - c. Kemauan dalam menolong pelanggan.
3. *Assurance* [jaminan]
Assurance dapat diukur menggunakan indikator antara lain:
 - a. Konsumen diberi tahu pelayanan apa yang harus dikerjakan oleh karyawan.
 - b. Konsumen diberikan ketenangan oleh karyawan atas terjaminnya transaksi yang dilakukan oleh konsumen.
4. *Empathy* (Empati)

Empathy dapat diukur menggunakan indikator antara lain:

- a. Pelanggan diberikan kesempatan untuk bertanya kepada karyawan.
 - b. Pelanggan diberikan perhatian secara penuh oleh karyawan pada waktu berhubungan dengan karyawan.
 - c. Pelanggan diberikan pemahaman yang khusus oleh karyawan.
5. *Tangible* (Bukti Langsung)
Tangible dapat diukur menggunakan indikator antara lain:
 - a. Kondisi bangunan;
 - b. Kondisi alat pendukung aktivitas sehari-hari;
 - c. Kondisi kebersihan;
 - d. Suasana dalam gedung;
 - e. Poster, spanduk atau brosur sebagai sarana penunjang kegiatan perusahaan sehari-hari.
- Kotler & Keller [2017:177] mengartikan kepuasan konsumen ialah “rasa senang ataupun kekecewaan individu yang timbul akibat membandingkan hasil dari kinerja produk yang dibayangkan terhadap hasil dari kinerja yang diharapkan”.
- Menurut Tjiptono (2016:310), manfaat kepuasan nasabah sebagai berikut :
1. Mempunyai dampak yang baik atas kesetiaan pelanggan.
 2. Mempunyai potensi sebagai sumber pemasukan dimasa mendatang khususnya lewat pengulangan pembelian, *cross selling dan up selling*.

3. Meminimalis biaya transaksi konsumen diwaktu mendatang, khususnya biaya pemasaran, penjualan, komunikasi, dan pelayanan konsumen.
4. Meminimalisir pola dan akibat yang berhubungan dengan taksiran cashflow masa mendatang.
5. Memaksimalkan toleransi harga khususnya bersedianya pelanggan agar mengeluarkan harga yang lebih tanpa beralih pada pemasok lain.
6. Merekomendasikan gethok tular positif.
7. Konsumen cenderung lebih baik menerima perluasan lini produk, perluasan merek, dan layanan tambahan baru yang disediakan oleh supplier, rekan bisnis dan penyalur.

Dharmesta (2016:35), kepuasan nasabah dipengaruhi oleh hal-hal antara lain:

1. Kualitas produk.
2. Kualitas pelayanan.
3. Faktor emosional
4. Harga
5. Kemudahan

Supranto [2016:10] mengutip indikator yang dipakai untuk mengukur kepuasan nasabah dari Kenedy dan Young antara lain:

1. *Say positif thing*
2. *Continue purchasing*
3. *Recommend friend*

Menurut Tjiptono (2016:110), loyalitas nasabah adalah keterikatan nasabah dalam pembelian terus menerus terhadap toko dan merek berdasar sifat positif.

Griffin (2016:103) mengemukakan indikator loyalitas nasabah antara lain:

1. *Trust* yaitu kepercayaan yang diberikan konsumen atas pasar yang salah satu caranya dengan tidak beralihnya pada produk lain.
2. *Emotion commitment* yaitu komitmen dari perasaan konsumen atas pasar serta merupakan prioritas terpenting untuk nasabah.
3. Rekomendasi yaitu nasabah yang menyarankan produknya kepada nasabah lain.
4. Sebaik mungkin dalam mempergunakan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kausal komparatif yaitu jenis penelitian yang mempunyai ciri-ciri permasalahan berupa korelasi sebab maupun akibat dari 2 variabel ataupun lebih.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Sugiyono [2017:8], penelitian kuantitatif ialah teknik penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, dipergunakan dalam penelitian atas populasi maupun sampel yang ditentukan, menggunakan alat penelitian untuk pengumpulan data, pengolahan data jenis kuantitatif atau statistik, dan tujuannya untuk melakukan uji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.

Populasi yaitu sekelompok wilayah yang didalamnya terdapat objek/subjek dengan ciri-ciri serta kualitas yang ditentukan [Sugiyono, 2017:80]. Populasi yang diambil penulis yaitu nasabah pinjaman dan

simpanan PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo sampai bulan oktober 2020 berjumlah 2.570.

Sugiyono [2017:81] mengungkapkan definisi sampel ialah sebagian dari besarnya populasi dan sifat-sifat yang terkandung dalam populasi tersebut.

Dalam pengambilan sampel, penulis menggunakan metode *accidental sampling method*. Sugiyono [2017:122] menjelaskan *accidental sampling method* ialah metode dalam menentukan sampel sesuai dengan kebetulan yaitu siapapun yang kebetulan peneliti temui dan dapat dianggap sebagai sumber sesuai dengan sampel yang ditentukan.

Untuk mengantisipasi pengembalian kuesioner terhadap populasi maka pengambilan sampel menurut Sugiyono (2017:57) dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

α = Taraf Signifikansi (error) sebesar 10% (0,1)

$$n = \frac{2570}{1 + (2570)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2570}{26,7} = 96,25$$

Berdasarkan perhitungan diatas tersebut maka sampel yang diambil sebanyak 100 (dibulatkan). Perhitungan ini dicoba buat mempermudah pengolahan informasi serta mendapatkan hasil riset serta pengujian yang lebih baik.

Ada dua variabel yang dipergunakan dalam penelitian yang dilakukan penulis yaitu:

1. Variabel dependen/variabel terikat ialah variabel yang terpengaruh atau menjadi hasil karena variabel independen. Dalam penelitian ini yang ditentukan sebagai variabel dependen ialah Loyalitas Nasabah (Y).
2. Variabel independen/variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menyebabkan variabel dependen berubah hasil. Dalam penelitian ini yang ditentukan sebagai variabel independen ialah Citra Bank (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Kepuasan Nasabah (X_3).

Analisis data adalah proses terpenting dari suatu penelitian, sebab dapat memberikan analisis data beberapa makna yang berarti, yang sangat berguna untuk memberikan hasil dari penelitian (Suharsimi, 2017:35). Penulis menggunakan analisis data kuantitatif untuk menganalisa penelitian ini.

1. Uji Validitas.

Kuesioner dikatakan valid apabila item pertanyaan dari setiap indikator mampu mengungkapkan dari indikator yang diukur tiap variabelnya [Ghozali, 2016:52].

2. Uji Reliabilitas.

Dalam menguji kuesioner reliabel atau tidak, maka uji reliabilitas diukur dengan menggunakan *cronbach alpha*. Reliabilitas diolah dengan program SPSS. Syarat untuk menilai reliabel atau tidak yaitu bila nilai alpha lebih dari 60% atau 0,6 sehingga kuesioner dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik.

- a. Uji Multikolinearitas.

Pengujian multikolineritas dapat dilakukan dengan

beberapa cara, yaitu salah satunya dengan analisis matrik korelasi dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka gejala multikolinearitas tidak terjadi pada penelitian.

- b. Uji Heteroskedastisitas.
Bila tidak ada ketidaksamaan sehingga dikatakan homokedastisitas. Serta bila terjadi ketidaksamaan sehingga dikatakan heteroskedastisitas. Regresi yang baik apabila terjadi homokedastisitas.
 - c. Uji Normalitas.
Tujuan dari uji normalitas data yaitu untuk mengetahui variabel residual berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi (Ghozali, 2016:154). Metode yang dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya suatu data yaitu sebagai berikut:
 - a) Metode grafik
Bila pada sekitar garis diagonal tersebar data, maka asumsi normalitas telah terpenuhi dari model regresi tersebut.
 - b) Metode Statistik
Metode dalam menguji distribusi data dikatakan normal tidaknya dilihat melalui besarnya probabilitas variabel, data dikatakan normal bila besarnya probabilitas lebih dari alpha 5%.
4. Analisis Regresi Berganda.
Analisis ini dipergunakan agar dapat menunjukkan seberapa

besar hubungan dua variabel independen ataupun lebih secara bersama terhadap variabel dependen. Seberapa besar pengaruhnya dihasilkan melalui koefisien regresi (Ghozali, 2016:139).

Agar dapat menentukan tepatnya hipotesis adakah hubungan kuat diantara Loyalitas Nasabah (Y) dengan Citra Bank (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Nasabah (X_3), maka sebab itu pada penelitian yang penulis lakukan digunakan analisis persamaan berganda, sebab lebih dari satu variabel dalam penelitian. Rumusnya adalah:

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

Keterangan :

- Y = Loyalitas Nasabah
a = Intercept/konstanta
Y saat X=0
 b_1 = Koefisien regresi citra bank
 b_2 = Koefisien regresi kualitas pelayanan
 b_3 = Koefisien regresi kepuasan nasabah
 X_1 = Citra Bank
 X_2 = Kualitas Pelayanan
 X_3 = Kepuasan Nasabah

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kuesioner sejumlah 100 yang diberikan untuk nasabah diperoleh kembali 100 untuk dijadikan sampel. Hasil jawaban ataupun tanggapan nasabah PT.Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo dari tiap pertanyaan yang ada pada kuesioner. Melalui hasil kuesioner didapatkan karakteristik nasabah PT.Bank Panin KCP Tropodo dan digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1
Komposisi Responden berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	20 s/d 25 Tahun	1	1,0%
2	26 s/d 30 Tahun	22	22,0%
3	31 s/d 35 Tahun	47	47,0%
4	36 s/d 40 Tahun	30	30,0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)

Tabel 4.1 menjelaskan responden dengan usia 31-35 sebesar 47,0% atau sebanyak 47 orang.

Tabel 4.2
Komposisi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	43	43,0%
2	Perempuan	57	57,0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)

Dari tabel 4.2 menjelaskan bahwa 57,0% responden berjenis kelamin perempuan dan 43,0% responden berjenis kelamin laki-laki. Hasil analisis tersebut menjelaskan sebagian besar nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo adalah perempuan.

Uji validitas dihitung dengan korelasi dari tiap-tiap pernyataan terhadap total skor yang akan dihitung dengan rumus korelasi *product moment*. Valid tidaknya dalam uji ini diambil dengan membagi probabilitas terhadap α . Apabila probabilitas lebih kecil dari α maka item indikator diartikan valid begitupun sebaliknya.

Uji reliabilitas juga digunakan untuk menjelaskan seberapa jauh pengukuran tersebut bisa dipercaya ataupun diandalkan. Untuk menganalisis uji reliabilitas digunakan *cronbach alpha*. Pernyataan diartikan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Pada tabel dibawah ini akan dijelaskan uji validitas dan uji reliabilitas instrument.

Tabel 4.8
Rekapitulasi hasil uji validitas dan reliabilitas instrument

Varabel	Indikator	Sig (2-tailed)	Keputusan	Koefisien Alpha	Keputusan
Citra Bank (X ₁)	Q1	0,000	Valid	0,677	Reliabel
	Q2	0,000	Valid		
	Q3	0,000	Valid		
	Q4	0,000	Valid		
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Q5	0,000	Valid	0,742	Reliabel
	Q6	0,000	Valid		
	Q7	0,000	Valid		
	Q8	0,000	Valid		
	Q9	0,000	Valid		
Kepuasan Nasabah (X ₃)	Q10	0,000	Valid	0,631	Reliabel
	Q11	0,000	Valid		
	Q12	0,000	Valid		
Loyalitas Nasabah (Y)	Q13	0,000	Valid	0,649	Reliabel
	Q14	0,000	Valid		
	Q15	0,000	Valid		
	Q16	0,000	Valid		

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS (Data diolah, 2020)

Dari tabel diatas bisa dijelaskan bahwa secara menyeluruh item instrumen penelitian yang terdapat pada keempat variabel baik itu variabel independen maupun variabel dependen dikategorikan valid sebab nilai sig < 0,05. Serta reliabel sebab nilai *cronbach alpha* > 0,60. Jadi keseluruhan item yang terdapat di instrumen penelitian dapat dikategorikan layak dalam uji selanjutnya.

Uji multikolinearitas digunakan dalam pengujian apakah ada korelasi sesama variabel bebas dalam analisis regresi. Model regresi dikatakan baik apabila tidak ditemukan korelasi sesama variabel bebas. Jika nilai tolerance > 10% dan nilai VIF < 10, maka bisa diambil kesimpulan bahwa sesama variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dijelaskan pada tabel dibawah ini:

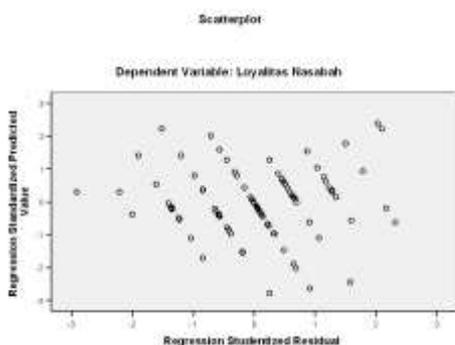
Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients(a)

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Bank	.864	1.158
	Kualitas Pelayanan	.863	1.159
	Kepuasan Nasabah	.978	1.022

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
Sumber : Data primer diolah, 2020

Tabel diatas menjelaskan pada analisis regresi penelitian tidak terjadi multikolineritas. Hal ini dibuktikan dengan nilai Tolerance > 0,1 serta nilai VIF < 10.

Dalam pengujian sebuah model regresi tentang ada tidaknya ketidaksamaan varians yang dilakukan melalui pengamatan satu pada pengamatan yang lain dilakukan uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas menjelaskan menyebarnya variabel bebas. Model regresi dikatakan baik apabila menyebarnya secara acak. Dan dikatakan model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas. Untuk melihat terjadi heteroskedastisitas atau tidak bisa melalui grafik *scatterplot* dibawah ini.



Melalui grafik *scatterplot* menjelaskan titik-titik tersebar acak dan terletak di sumbu Y diatas ataupun dibawah angka nol. Maka bisa diambil kesimpulan tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

Dari teori statistik uji normalitas wajib diuji pada model linier dari residu pada variabel

dependen Y, sedang variabel independen dihipotesiskan tidak merupakan fungsi distribusi, sehingga tidak wajib dilakukan uji normalitas. Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.36576305
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.045
Kolmogorov-Smirnov Z		.542
Asymp. Sig. (2-tailed)		.931

a. Test distribution is Normal
b. Calculated from data
Sumber : Data primer diolah, 2020

Pada tabel 4.10 didapatkan nilai sig = 0,931 = 93,1% > 5%, sehingga hipotesis 0 diterima. Ini berarti dalam analisis yang dilakukan data berdistribusi normal.

Melalui uji regresi linier berganda didapatkan persamaan regresi dari masing-masing variabel bebas citra bank (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan nasabah (X_3) agar bisa dijelaskan naik turunnya variabel terikat loyalitas nasabah (Y). Hasil analisis regresi linier berganda dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2.860	.552		5.177	.000
	Citra Bank	.116	.090	.123	2.181	.000
	Kualitas Pelayanan	.112	.087	.133	2.282	.000
	Kepuasan Nasabah	.270	.090	.291	2.985	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
Sumber : Hasil Perhitungan SPSS (data diolah, 2020)

Tabel 4.11 bisa dijelaskan model regresi linier berganda agar bisa diketahui apakah variabel independen berpengaruh pada

variabel dependen. Analisis menghasilkan persamaan regresi yaitu:

$$Y = 2,860 + 0,116X_1 + 0,112X_2 + 0,270X_3$$

Dari persamaan diatas memiliki arti yaitu:

1. Konstanta = 2,860
Bila variabel citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah diumpamakan sama dengan 0, maka variabel loyalitas nasabah sebesar 2,860.
2. Koefisien citra bank (X_1) = 0,116
Bila variabel citra bank naik, sedangkan variabel lainnya nilainya tetap, maka loyalitas nasabah juga naik senilai 0,116.
3. Koefisien kualitas pelayanan (X_2) = 0,112
Bila variabel kualitas pelayanan naik, sedangkan variabel lainnya nilainya tetap, maka loyalitas nasabah juga naik senilai 0,112.
4. Koefisien kepuasan nasabah (X_3) = 0,270
Bila variabel kepuasan nasabah naik, sedangkan variabel lainnya nilainya tetap, maka loyalitas nasabah juga naik senilai 0,270.

Uji t digunakan agar diketahui pengaruh dari tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai t_{tabel} yang didapatkan yaitu sebesar 1,98422 yang dihitung dengan rumus $df = n-1 = 100-1=99$ dengan nilai sig 5%. Uji t ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji t
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,860	,652		5,177	,000
	Citra Bank	,116	,038	,123	2,181	,000
	Kualitas Pelayanan	,112	,037	,133	2,282	,000
	Kepuasan Nasabah	,270	,090	,291	2,985	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
Sumber: Data primer diolah, 2020

Melalui hasil uji t, didapatkan nilai:

1. t_{hitung} pada variabel citra bank sebesar 2,181 > t_{tabel} [2,181 > 1,98422] dengan probabilitas 0,000 < 0,05. Melalui analisis yang dijelaskan bisa perlihatkan bahwa uji analisis menolak H_0 dan menerima H_a jadi H_1 dengan hipotesis terdapat pengaruh secara parsial antara variabel citra bank dengan loyalitas nasabah **diterima**.
2. t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan sebesar 2,282 > t_{tabel} [2,282 > 1,98422] dengan probabilitas 0,000 < 0,05. Melalui analisis yang dijelaskan bisa diperlihatkan bahwa uji analisis menolak H_0 dan menerima H_a jadi H_1 dengan hipotesis terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah **diterima**.
3. t_{hitung} pada variabel kepuasan nasabah sebesar 2,985 > t_{tabel} [2,985 > 1,98422] dengan probabilitas 0,000 < 0,05. Melalui analisis yang dijelaskan bisa diperlihatkan bahwa uji analisis menolak H_0 dan menerima H_a jadi H_1 dengan hipotesis terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah **diterima**.

Untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan antara variabel independen dan variabel dependen dilakukan uji F. Hasil dari uji F bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji F
ANOVA(a)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,407	3	,469	3,747	,000(a)
	Residual	12,030	96	,121		
	Total	13,965	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Citra Bank, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel anova diperoleh nilai Fhitung = 3,747, dan sig bernilai 0,000 kurang dari 0,05, artinya variabel independen citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen loyalitas nasabah. Sehingga dapat dikatakan variabel-variabel independen citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dapat diartikan seberapa besar variabel dependen loyalitas nasabah.

Pembahasan

Dari uji statistik jelas terlihat terdapat pengaruh simultan dari ketiga variabel independen pada variabel dependen. Ketiga variabel independen memberikan pengaruh positif yang berarti semakin meningkat nilai ketiga variabel independen akan menyebabkan semakin meningkat pula variabel dependen. Dari perhitungan, diperoleh nilai ttabel = 1,98422 dengan (df) = n-1 = 100-1 = 99 serta nilai signifikansi 5% (0,05). Pengaruh dari hipotesis yang telah dibuat akan dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh secara parsial citra bank terhadap loyalitas nasabah

Dari uji parsial dapat dibuktikan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi citra bank. Menurut analisis data yang penulis lakukan didapatkan nilai thitung yaitu 2,181 lebih dari ttabel (2,181 > 1,98422) dan taraf signifikansi yang didapatkan yaitu 0,000 yang mana hasil tersebut kurang dari 0,05, dapat dikatakan keputusan menolak Ho dan menerima Ha. Melalui uji statistik ini dibuktikan bahwa terdapat pengaruh citra bank

terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo.

Pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

Dari uji parsial dapat dibuktikan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi kualitas pelayanan. Menurut analisis data yang penulis lakukan didapatkan nilai thitung yaitu 2,282 lebih dari ttabel (2,282 > 1,98422) dan taraf signifikansi yang didapatkan yaitu 0,000 yang mana hasil tersebut kurang dari 0,05, dapat dikatakan keputusan menolak Ho dan menerima Ha. Melalui uji statistik ini dibuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo.

Pengaruh secara parsial kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

Dari uji parsial dapat dibuktikan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi kepuasan nasabah. Menurut analisis data yang penulis lakukan didapatkan nilai thitung yaitu 2,985 lebih dari ttabel (2,985 > 1,98422) dan taraf signifikansi yang didapatkan yaitu 0,000 yang mana hasil tersebut kurang dari 0,05, dapat dikatakan keputusan menolak Ho dan menerima Ha. Melalui uji statistik ini dibuktikan bahwa terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo.

Pengaruh secara simultan citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

Melalui uji F hasil yang didapatkan yaitu loyalitas nasabah dipengaruhi ketiga variabel secara

bersama-sama antara lain citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Dari analisis data, nilai F hitung yang didapatkan sebesar 3,747 dan nilai sig kurang dari 0,05 yaitu 0,000, sehingga menerima H_a dan menolak H_o . Dari uji statistik tersebut dapat dibuktikan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama dari variabel citra bank, kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo.

Pengaruh dominan antara variabel citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

Melalui analisis data ditunjukkan bahwa yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah adalah variabel kepuasan nasabah. Melalui tabel 4.12 ditunjukkan bahwa besarnya koefisien regresi pada variabel citra bank yaitu 0,116, kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi yaitu 0,112, dan besarnya koefisien regresi yang dimiliki kepuasan nasabah yaitu 0,270. Ketiga variabel independen dijelaskan, kepuasan nasabah memiliki koefisien regresi paling besar sehingga dibandingkan variabel independen lain yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu kepuasan nasabah. Jadi hipotesis kelima yaitu variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo ditolak.

PENUTUP

Kesimpulan

Melalui proses analisis yang telah dilakukan serta pembahasan berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh citra bank,

kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo, maka penulis memberikan kesimpulan antara lain :

1. Secara parsial terdapat pengaruh dari variabel citra bank dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo. Karena didapatkan nilai t_{hitung} sejumlah 2,181 lebih besar dari t_{tabel} [2,181 > 1,98422] dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.
2. Secara parsial terdapat pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo. Karena didapatkan nilai t_{hitung} sejumlah 2,282 lebih besar dari t_{tabel} [2,282 > 1,98422] dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.
3. Secara parsial terdapat pengaruh dari variabel kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo. Karena didapatkan nilai t_{hitung} sejumlah 2,985 lebih besar dari t_{tabel} [2,985 > 1,98422] dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.
4. Secara bersama-sama terdapat pengaruh dari variabel citra bank, kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo. Karena hasil analisis data menunjukkan bahwa F hitung mempunyai nilai sebesar 3,747 dan nilai sig kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000.
5. Variabel kepuasan nasabah yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas

nasabah PT. Bank Panin KCP
Tropodo Sidoarjo.

Saran

Setelah diperoleh kesimpulan, maka penulis mencoba memberikan saran antara lain:

1. Diharapkan perusahaan mempertahankan bahkan meningkatkan citra bank dimata nasabahnya dan tetap menjaga nama baik perusahaan di kalangan masyarakat luar.
2. Diharapkan perusahaan terus meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada kecepatan karyawan dalam melayani nasabah untuk mempertahankan loyalitas nasabah.
3. Diharapkan bagi perusahaan tetap menjaga kepuasan nasabahnya dengan cara meningkatkan pelayanan agar semakin banyak nasabah yang didapatkan.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti loyalitas nasabah pada bank lain. Sehingga dapat dijadikan pembandingan sekaligus melengkapi penelitian selanjutnya.
5. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Serta menggunakan sampel yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta
- Assauri, Sofjan. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers

Batin, Mail Hilian. 2019. Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah UIN Raden Fatah Palembang. Skripsi

Dharmesta dan Irawan. 2016. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua. Yogyakarta : Liberty

Edison, Emron Ddk. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: CV. Alfabeta

Farida, Jasfar. 2016. Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Bogor : Ghalia Indonesia

Gassing, S. Syarifuddin. 2016. Public Relation. Edisi I. Yogyakarta : Andi

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro

Griffin, Jill. 2016. Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta : Erlangga

Handoko, T.Hani. 2016. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : BPFE

Hasibuan, Malayu. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Depok : PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Marketing Management* 13. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc
- Kuncoro, Mudrajad. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : UPP AMP YKPM
- Mauludin, Hanif. 2016. *Marketing Research : Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ratminto. 2016. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Safroni. 2016. *Manajemen*. Jakarta: Intermedia
- Subagyo, Ahmad. 2016. *Marketing in Business*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Implementasi*. Banten : Andi
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Sunyoto, Danang. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Sutisna. 2016. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, F. 2016. *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Windasuri, Heria & Hyacintha Susanti. 2016. *Excellent Service*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Martoyo, Susilo. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jogjakarta : PT. BPFE
- Mathis, Robert L, dan Jackson. 2016. *Human Resource Management*. Jakarta : Salemba Empat
- Nitisemito, Alex S. 2016. *Manajemen Personalialia*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Noe, Raymond A, et.al. 2015. *Human Resource Management, Gaining Competitive Advantage*. McGraw-Hill
- Notoadmodjo, Soekidjo. 2016. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Rineka Cipta

- Prawirosentono, Suyadi. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia : Kebijakan Kinerja Karyawan. Yogyakarta : BPF
- Priansa, Donni Juni. 2015. Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Bandung : Alfabeta
- Rivai, V dan Mulyadi. 2017. Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi. Jakarta : Rajawali Pers
- Robbins, SP. 2016. Perilaku Organisasi. Jakarta : Salemba Empat
- Robbins, SP & Judge. 2016. Perilaku Organisasi. Jakarta : Salemba Empat
- Robbins dan Mary Coulter. 2015. Manajemen. Jakarta: Erlangga
- Sedarmayanti. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Refika Aditama
- Siagian, Sondang P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT.Elek Media Kompetindo
- Silalahi, Ulber. 2016. Metode Penelitian Sosial. Bandung : Refika Aditama
- Sitinjak, Lulu Novena. 2018. Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (studi pada karyawan PT. Mitra Pinasthika Mustika Rent Tangerang Selatan). Skripsi
- Sofyandi, Herman. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung : CV.Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2015. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Sunyoto, D. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : CAPS
- Suprpta, Made. 2015. Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan (Studi pada Wake Bali Art Market Kuta-Bali). Skripsi
- Sutikno. 2016. *Pemimpin dan Kepemimpinan: Tips Praktis untuk Menjadi Pemimpin yang Diidolakan*. Lombok: Holistica Lombok
- Sutrisno, Edy. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Kencana
- Thoha, Miftah. 2016. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers
- Widodo, Sri. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Perencanaan, Strategi, Isu-isu Utama dan Globalisasi. Bandung : Manggu Media