

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN NASABAH DI PT. BPR BENTA TESA SURABAYA

MEYTHA KUSUMA WARDANI
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya
Email : kusumameytha@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan nasabah merupakan salah satu dari tujuan pemasaran, untuk itu perlu untuk diketahui apakah pelayanan yang selama ini dilakukan PT. BPR Benta Tesa Surabaya sudah mampu memuaskan nasabah sehingga menjadi nasabah yang loyal. Dalam kesempatan ini peneliti melakukan penelitian dengan judul yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah di PT. BPR Benta Tesa Surabaya” dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dengan menggunakan metode Analisis Jalur / *Path Analysis*. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Bisnis perbankan merupakan salah satu bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah menjadi salah satu faktor yang menentukan dalam keberhasilan bank tersebut. Perusahaan yang bergerak dilembaga perbankan termasuk diantaranya Bank Perkreditan Rakyat Benta Tesa. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Perusahaan

pada umumnya mempunyai tujuan utama, yaitu untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin.

BPR (Bank Perkreditan Rakyat) sebagai salah satu lembaga perbankan yang dikenal untuk melayani golongan pengusaha mikro, kecil dan menengah, harus benar-benar memperhatikan potensi-potensi yang ada agar tidak kehilangan pangsa pasarnya yang mulai dirambah oleh bank umum atau lembaga keuangan lainnya.

BPR Benta Tesa berusaha untuk memelihara para nasabahnya di wilayah jangkauan pasarnya. Jasa keuangan menarik untuk diteliti karena BPR Benta Tesa merupakan jasa keuangan mikro dengan tingkat suku bunga relatif murah dan kualitas memuaskan yang ditangani oleh marketing spesialis keuangan mikro yang telah berpengalaman. Kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah akan berpengaruh pada kepuasan nasabah, kepercayaan dan komitmen. Keputusan nasabah dan keinginan untuk merekomendasikan bank itu sendiri. Selain itu peneliti juga mengamati pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan dampaknya pada kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka peneliti mengajukan judul yaitu "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah di PT. BPR Benta Tesa Surabaya".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT.BPR Benta Tesa Surabaya?
- 2) Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT.BPR Benta Tesa Surabaya?
- 3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT.BPR Benta Tesa Surabaya?
- 4) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR BentaTesa Surabaya ?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.

- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.
- 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran

Pemasaran timbul karena adanya kebutuhan manusia yang beraneka ragam dan tidak terbatas yang merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan. Kehidupan manusia sehari-sehari tidak lepas dari aktifitas untuk mempertukarkan sesuatu.

B. Kualitas Pelayanan

kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2016 :157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut.

C. Kepuasan Nasabah

kepuasan nasabah merupakan suatu tindakan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari nasabah dapat terpenuhi atau terlampaui melalui suatu transaksi yang mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang terus berlanjut. Oleh karena itu perusahaan harus dapat memberikan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari nasabah sehingga mencapai kepuasan dari nasabah dan lebih jauh lagi dapat menciptakan kesetiaan nasabah.

D. Loyalitas Nasabah

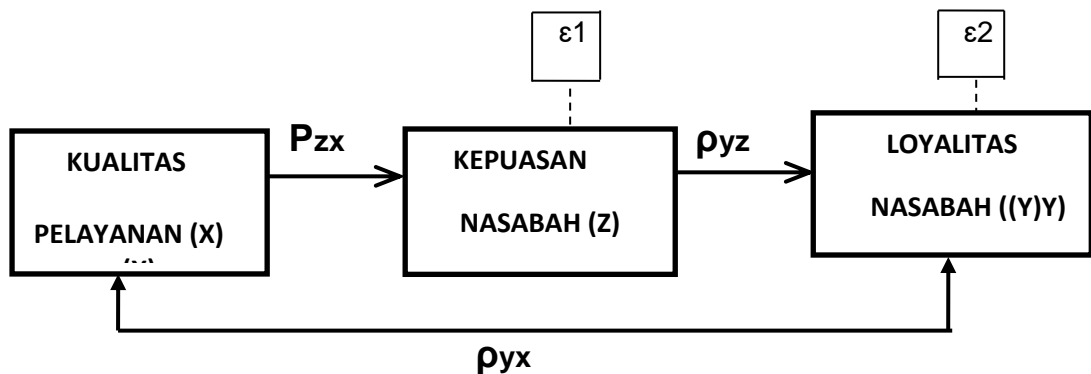
Loyalitas menurut pendapat Tjiptono (2016 :481) perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu-satunya merek yang tersedia, merk

termurah dan sebagainya). Pelanggan yang loyal merupakan aset bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat berdasarkan karakteristik yang dimilikinya.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan hubungan antara masing – masing variabel yang disertai arah hubungannya, yang kemudian dijadikan pondasi dari pembentukan hipotesis.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2019)

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang dikembangkan dalam penelitian ini meliputi hipotesis yaitu:

- 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.
- 2) Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.
- 3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.
- 4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang ditinjau dari aspek metode pengumpulan datanya merupakan penelitian observasional, dimana sifat data berupa bahan yang hanya dapat diobservasi berdasarkan pengamatan.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kelompok wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:117). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang pernah melakukan transaksi perbankan seperti pengambilan kredit, setor/tarik tunai tabungan, deposito dll di PT. BPR Benta Tesa Surabaya minimal sebanyak 2 kali dan jumlah populasi ini tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah bagian yang diambil dari populasi, menurut Roescoe (1982 : 253) yang dikutip oleh Sugiyono (2017 : 74) menyebutkan bahwa jumlah sampel yang layak dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai 500. Bila dalam penelitian akan melakukan Analisis Multivariate (misalnya korelasi atau regresi berganda) maka jumlah anggota sampel diambil dalam suatu penelitian adalah minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini ada 3 variabel yang akan diteliti, sehingga sampel dalam penelitian ini minimal 30 responden. Dari dasar pendapat tersebut maka sampel penelitian ini diambil sebanyak 100 responden.

Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana (Sujarweni, 2017 :77). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Variabel bebas atau independen (X) dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X)
2. Variabel Antara atau Intervening (Z) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Z)
3. Variabel terikat atau dependen (Y) dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah (Y)

Kualitas Pelayanan (X)

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 284), indikator - indikator kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) *Tangible* : Penampilan fasilitas - fasilitas fisik perlengkapan karyawan.

- 2) *Realible* : Merupakan kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan serta akurat.
- 3) *Responsiveness* : Kesiediaan membantu pelanggan yaitu memberikan jasa dengan cepat.
- 4) *Emphaty* : Kesiediaan memberikan perhatian yang mendalam kepada masing-masing pelanggan.

2. Kepuasan Nasabah (Z)

Indikator- Indikator kepuasan nasabah menurut Kotler (2016 : 332) dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen / nasabah yaitu :

- | | |
|-----------------------|--------------|
| 1) Kualitas produk | 3) Emosional |
| 2) Kualitas pelayanan | 4) Biaya |

3. Loyalitas Nasabah (Y)

Sedangkan indikator-indikator loyalitas nasabah menurut Kotler & Keller (2016 :57) adalah:

- 1) Kesetiaan terhadap pembelian produk.
- 2) Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan.
- 3) Mereferensikan secara total esistensi perusahaan.
- 4) Selalu menceritakan kebaikan – kebaikan perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian (Sujarweni, 2017 :93). Skala Likert digunakan untuk mengukur opini, atau persepsi responden berdasarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan. Dalam kuesioner ini nantinya terdapat rancangan pernyataan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pernyataan akan dimulai berdasarkan bobot yang sudah ditentukan, sebagai berikut :

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| a. Jawaban Sangat Setuju skor 4. | c. Jawaban Tidak Setuju skor 2. |
| b. Jawaban Setuju skor 3. | d. Jawaban Sangat Tidak Setuju skor 1 |

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini diperlukan sejumlah data yang relevan dengan masalah penelitian. Ada dua yang di butuhkan dalam penelitian ini. Kedua jenis data tersebut adalah :

- a) Data Kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari penelitian metode kuantitatif.
- b) Data Kualitatif yaitu data yang diperoleh dari penelitian metode kualitatif.

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari

kuesioner yang dibagikan ke responden yang merupakan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari PT. BPR Benta Tesa Surabaya tentang sejarah perusahaan.

Analisis Data

Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Menurut pendapat Sujianto (2017 : 105) menyatakan bahwa suatu item pertanyaan dikatakan valid apabila nilai *Corrected Item Total Correlation* > 0,3.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, jika suatu variabel dikatakan reliabel memiliki *Cronbach Alpha* >0,60 (Sujarweni, 2017 :159).

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2017 : 110). Hal ini dapat diketahui pada hasil *output SPSS* yaitu apabila titik – titik mengikuti garis lurus diagonal miring kekanan pada gambar *Normal PP Plot of Regression Standardized Residual* maka dapat dikatakan data telah berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2017 : 134) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah modal regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas menurut Sujarweni (2017 :159) adalah jika:

- a) Titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau di sekitar angka 0.
- b) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dari pada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Apabila nilai *Tolerance* lebih tinggi daripada 0,1 atau nilai *Variance Inflation Factor (FIV)* lebih kecil daripada 10 maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data tersebut.

Koefisien Determinasi

Menurut Santoso (2001) yang dikutip oleh Prayitno (2016 : 73) untuk mengetahui besarnya kontribusi / sumbangsih variabel X terhadap variabel Y maka dihitung suatu koefisien yang disebut Koefisien Determinasi disimbolkan dengan *Adjusted R²*, sedangkan satuan yang dipergunakan untuk mengukur nilai Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*) adalah prosentase, untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas maka yang dipergunakan dalam mencari Koefisien Determinasi menggunakan *adjusted R²* yaitu nilai *R square* yang telah disesuaikan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas (X_i) secara individu (parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tidak bebas (Y).

Path Analysis / Analisis Jalur

Analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan. Dalam hal ini ada dua persamaan tersebut adalah :

$$\text{Sub Struktur 1 yaitu } Z = \rho_{zx} \cdot X + \varepsilon_1$$

$$\text{Sub Struktur 2 yaitu } Y = \rho_{yx} \cdot X + \rho_{yz} \cdot Z + \varepsilon_2$$

Dimana :

X = variabel kualitas pelayanan (variabel eksogen / bebas)

Z = variabel kepuasan nasabah (variabel intervening)

Y = variabel loyalitas nasabah (variabel endogen / variabel terikat)

ρ = korelasi antara dua variabel

ε = residual / error

Hasil Penelitian

Deskriptif Responden

Karakteristik responden nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya sebagai berikut:

Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Usia

Usia	Jumlah	Prosentase
26 – 30 tahun	21	21 %
31 – 35 tahun	39	39 %
> 35 tahun	40	40 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data primer

Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SLTA	61	61 %
Diploma	19	19 %
S1	20	20 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data primer

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Masa Kerja	Jumlah	Prosentase
Wiraswasta	51	51 %
Pegawai / Karyawan	39	39 %
Lain – lain	10	10 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data primer

Uji Validitas

Tabel 4.17
Uji Validitas

Variabel	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan 1	0,720	Valid
Kualitas Pelayanan 2	0,822	Valid
Kualitas Pelayanan 3	0,635	Valid
Kualitas Pelayanan 4	0,819	Valid
Kepuasan Nasabah 1	0,740	Valid
Kepuasan Nasabah 2	0,767	Valid
Kepuasan Nasabah 3	0,867	Valid
Kepuasan Nasabah 4	0,857	Valid
Loyalitas Nasabah 1	0,769	Valid
Loyalitas Nasabah 2	0,811	Valid
Loyalitas Nasabah 3	0,850	Valid
Loyalitas Nasabah 4	0,771	Valid

Uji Reliabilitas

Tabel 4.18
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,950	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,953	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,958	Reliabel

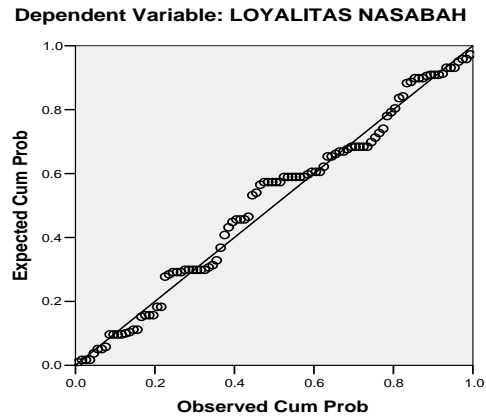
Sumber : Hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat diketahui semua variabel (kualitas layanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah) mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dikatakan reliabel (lulus Uji Reliabilitas).

Uji Normalitas

Gambar 4.2 Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

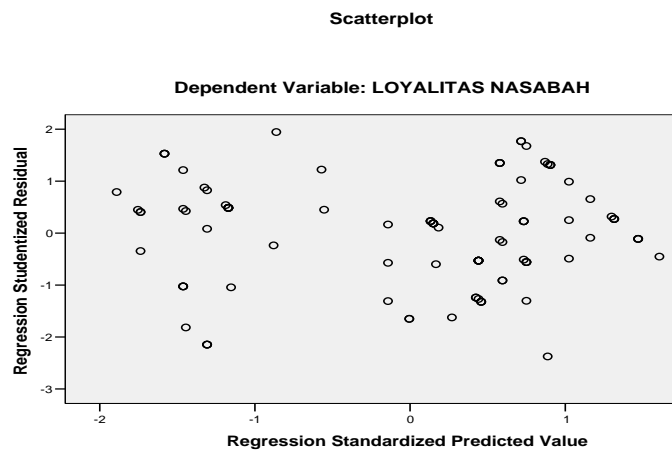


Dari gambar 4.2 diketahui data penelitian telah memenuhi syarat berdistribusi normal, karena titik - titiknya pada gambar tersebut mengikuti garis lurus diagonal miring kekanan,

Uji Bebas Asumsi Klasik

1. Uji Heteroskedasitas

Gambar 4.3 Uji Heteroskedstisitas



Berdasarkan gambar 4.3 maka data penelitian ini terbebas dari unsur heteroskedastisitas, karena sesuai dengan pendapat Sujarweni (2017:159).

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.19
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	KUALITAS PELAYANAN	,911	,469	,200	,155	6,467
	KEPUASAN NASABAH	,905	,417	,172	,155	6,467

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber : Hasil olahan SPSS

Dari tabel 4.19 diatas semua variabel tersebut (kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah) mempunyai nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* yang kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 sehingga dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

Path Analysis / Analisis Jalur

A. Sub Struktur 1

Tabel 4.20
Koefisien Analisis Jalur dan Uji t Sub Struktur 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,035	,429		2,415	,018
	KUALITAS PELAYANAN	,893	,039	,919	23,146	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber : Hasilolahan SPSS

Tabel 4.21
Koefisien Determinasi Sub Struktur 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,919 ^a	,845	,844	1,36260	1,690

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber : Hasil olahan SPSS

a) Persamaan *Path Analysis* / Analisis Jalur Sub Struktur 1

Berdasarkan tabel 4.20 dan 4.21 maka diperoleh persamaan *Path Analysis* / Analisis Jalur adalah sebagai berikut :

$$Z = \rho_{zx}.X + \epsilon_1$$

$$Z = 0,919 X + \sqrt{1 - \textit{Adjusted R Square}}$$

$$Z = 0,919 X + \sqrt{1 - 0,844}$$

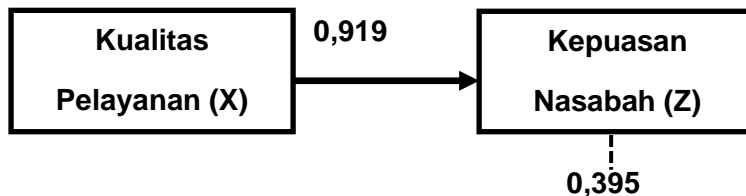
$$Z = 0,919X + 0,395$$

b). Hubungan Antar Variabel Penelitian Sub Struktur 1

Hubungan antar variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 4.4

Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Sub Struktur 1



Sumber : Hasil olahan peneliti (2019)

c) Uji t / Uji Parsial / Uji Individual Sub Struktur 1

Dari tabel 4.20 diketahui variabel pelayanan nasabah mempunyai nilai *Sig* sebesar 0,000 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$) sehingga keputusannya tolak H_0 dan terima H_1 artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

d) Besarnya Pengaruh Variabel Pada Sub Struktur 1

Dari tabel 4.20 diperoleh besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yaitu $0,919 \times 0,919 \times 100 \% = 84,45 \%$

e) Koefisien Determinasi / *Adjusted R*² Sub Struktur 1

Dari tabel 4.21 diketahui bahwa nilai Koefisien Determinasi / *Adjusted R*² sebesar 0,844 artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai kontribusi terhadap kepuasan nasabah sebesar 84,4 % sedangkan sisanya sebesar $100 \% - 84,4 \% = 15,6 \%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikut dalam penelitian ini misalnya promosi, lokasi, dan sebagainya.

B. Sub Struktur 2

Dari hasil pengolahan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.22
Koefisien Analisis Jalur dan Uji t Sub Struktur 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,059	,442		2,396	,018
	KUALITAS PELAYANAN	,514	,098	,508	5,234	,000
	KEPUASAN NASABAH	,457	,101	,438	4,519	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber : Hasil olahan SPSS

Tabel 4.23
Koefisien Determinasi Sub Struktur 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,927 ^a	,859	,856	1,36486	1,890

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber : Hasil olahan SPSS

a) Persamaan *Path Analysis* / Analisis Jalur Sub Struktur 2

Berdasarkan tabel 4.22 dan 4.23 maka diperoleh persamaan *Path Analysis* / Analisis Jalur adalah sebagai berikut :

$$Y = \rho_{yx}.X + \rho_{yz}.Z + \epsilon_2$$

$$Y = 0,508 X + 0,438Z + \sqrt{1 - \text{Adjusted R Square}}$$

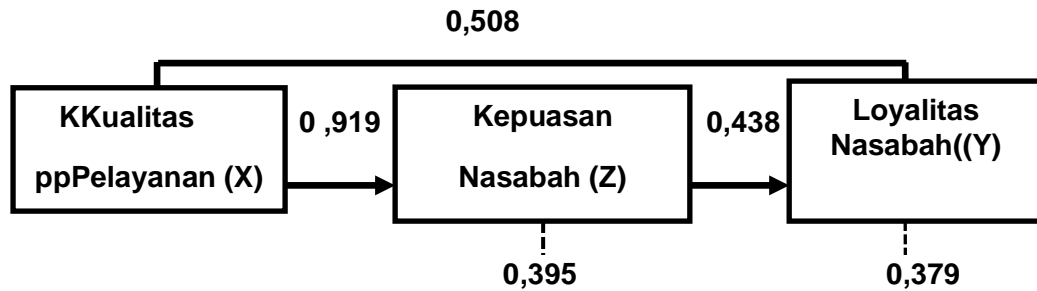
$$Y = 0,508 X + 0,438 Z + \sqrt{1 - 0,856}$$

$$Y = 0,508 X + 0,438 Z + 0,379$$

b). Hubungan Antar Variabel Penelitian Sub Struktur 2

Hubungan antara variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 4.5
Hubungan Antara Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan
Loyalitas Nasabah Pada Sub Struktur 2



Sumber : Hasil olahan peneliti (2019)

c) Uji t / Uji Parsial Sub Struktur 2

Uji Parsial / Uji t yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Dari tabel 4.22 diketahui variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai Sig sebesar 0,000 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$) sehingga tolak H0 dan terima H1 artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

b. Variabel Kepuasan Nasabah (Z)

Dari tabel 4.22 diketahui variabel kepuasan nasabah mempunyai nilai Sig sebesar 0,000 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$) sehingga tolak H0 dan terima H1 artinya kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah..

d) Besarnya Pengaruh Masing – Masing Variabel Pada Sub Struktur 2

Berdasarkan tabel 4.20 dan 4.22 dapat diperoleh besarnya pengaruh masing – masing variabel, yaitu :

a. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen

$$Z \text{ hitung} = \frac{a \cdot b}{S_{ab}}$$

$$\text{Dimana } S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2}$$

Variabel kualitas pelayanan pada Sub Struktur 1, yaitu :

$$a = 0,919$$

$$S_a = 0,039$$

Variabel kepuasan nasabah pada Sub Struktur 2, yaitu :

$$b = 0,438$$

$$S_b = 0,101$$

b. Pengaruh Variabel Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Dari tabel 4.22 diketahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar $0,438 \times 0,438 \times 100 \% = 19,18\%$

e) Koefisien Determinasi / *Adjusted R*² Sub Struktur 2

Dari tabel 4.23 diketahui bahwa nilai Koefisien Determinasi / *Adjusted R*² sebesar artinya variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan mempunyai kontribusi terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,856 atau 85,6 % sedangkan sisanya sebesar $100 \% - 85,6 \% = 14,4 \%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikut dalam penelitian ini misalnya promosi, lokasi dan sebagainya.

Pembahasan

Setelah melakukan analisis data, maka pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dari nilai *Sig* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga keputusannya tolak H0 dan terima H1.

2. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dari nilai *Sig* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga keputusannya tolak H0 dan terima H1.

3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dari nilai *Sig* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga keputusannya tolak H0 dan terima H1.

4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan

nasabah. Hal ini dibuktikan secara langsung (kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah sebesar $0,508 \times 0,508 \times 100 \% = 25.80\%$) dan secara tidak langsung (kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebesar $0,919 \times 0,438 \times 100\% = 40.25 \%$). Dari hasil perhitungan yang didapat menunjukkan bahwa nilai tidak langsung lebih besar dari nilai langsung. Sehingga keputusannya tolak H_0 dan terima H_1 .

Kesimpulan

Sesuai dengan analisis data dan pembahasan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.
2. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David. 2015. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Spektrum.

Dewi, Ratih Kusuma, Ni Nyoman Kerti Yasa dan I Putu Gde Suka atmadja, 2014, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. BPR Hoki di Kabupaten Tabanan. *E Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 03, No 05, Tahun 2014.

Dharmesta. 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.

Djaslim, Saladin. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Linda Karya.

Ghozali, M dan Supriyatin. 2014. Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.Vol. 3 (3). Hal: 1-15.

Ghozali, Imam. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Irawan, Basu, 2015, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty.
- Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid I. Jakarta: Prenhallindo.
- and Gary Armstrong, 2016. *Principle Of Marketing*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- dan Keller, K. L, 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'aruf, Hendri, 2015, *Pemasaran Ritel*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Mangkunegara, A A Anwar Prabu. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Oentoro, Deliyanti, 2015, *Manajemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta : LaksBang PRESSindo.
- Stanton, William J. 2015. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa : Y Lamarto dan Sadu Sundaya. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, Agus Eko, 2017, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS*, Jakarta : Prestasi Pustaka.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Buku Seru.
- Sutisna, 2015, *Perilaku Pemasaran Dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu. 2015. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- _____ dan Hani handoko. 2015. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Wijaya dan Sudjoni, 2015, *Prinsip Pemasaran Dan Kasus 2*, Yogyakarta : BPFE