

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN & SUKU BUNGA TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN NASABAH DI BANK BNI  
SENTRA KREDIT MENENGAH SIDOARJO**

Ach Jamaluddin<sup>1</sup>, Tri Wahjoedi<sup>2</sup>  
Manajemen Pemasaran , Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
Mahardhika Surabaya  
@jamalachmad251@gmail.com

---

**ABSTRACT**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, suku bunga dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, pengaruh kualitas pelayanan, suku bunga, dan loyalitas nasabah terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kualitas pelayanan dan suku bunga terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. Bank BNI SKM Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitik beratkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Sampel pada penelitian ini adalah nasabah PT. Bank BNI SKM Sidoarjo yang berjumlah 30 nasabah. Sampel responden dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling. Sedangkan teknik pengambilan sample yang digunakan adalah teknik sensus atau sampling jenuh. Alat uji yang digunakan adalah regresi linear dengan analisis jalur menggunakan software SPSS 21. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa kualitas pelayanan, dan suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan dan suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas pelayanan dan suku bunga dengan memperhatikan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan; Suku Bunga; Kepuasan Nasabah; Loyalitas Nasabah.

**PENDAHULUAN**

Dalam memberikan penilaian pada situasi perekonomian di sebuah Negara, pemerintah membutuhkan bantuan dari indikator ekonomi makro pada penentuan aturan yang hendak memberikan dampak dalam meningkatkan perekonomian makro Negara. Berdasarkan dari Bank Indonesia, indikator yang dimaksud ialah perkembangan perekonomian inflasi indeks harga konsumen neraca pembayaran, IHSG (Indeks Harga Saham Gabungan), nilai tukar, Yield SUN tenor 10 tahun Perbankan serta APBN.

Dunia perbankan adalah indikator yang berkontribusi sangat krusial dalam sejumlah bagian secara global yang dapat memberikan pengaruh pada kestabilan perekonomian sebuah Negara. Pola positif

perkembangan dan kemajuan perbankan di indonesia di pengaruhi oleh variabel makroekonomi dengan beberapa penanda seperti perkembangan moneter, tingkat ekspansi, *benchmark financing cost*, dan skala *swapping* dari rupiah bagi dollar AS. Di tahun 2013, Negara Indonesia bertumbuh sebanyak 5,5% hingga 5,9% di masa situasi internasional dalam mengalami pemulihan dari keadaan krisis yang terjadi. Perekonomian Negara Indonesia selalu menempatkan diri kepada mengendurkan harga komoditas. Pengenduran harga komoditas ini meliputi terdapatnya aturan pemerintah kepada pembatasan belanja subsidi bahan bakar minyak yang menyebabkan pemerintah bisa mengesampingkan anggaran dalam mencegah sejumlah risiko fiskal dalam kurun waktu yang tidak lama. Terdapatnya

pertumbuhan yang sempurna mengakibatkan dunia perbankan tidak tinggal diam saja serta pengusaha pun akan agresif dalam bertransaksi di bidang perbankan yang ditandai dengan tindakan penambahan modal melalui perbankan. Kompetisi tidak akan ditemukan di bank konvensional saja, akan tetapi bank syariah serta bank daerah juga ditemukan. Maka dari itu, industri perbankan di Negara Indonesia ini merencanakan sejumlah taktik dalam menjaga ataupun memperluas market share. Hal ini dapat membuat pendapatan menjadi maksimal.

Disamping kinerja internal perbankan, salah satu teknik untuk mengikuti dan mempertahankan bagian dari industri secara keseluruhan adalah dengan memanfaatkan suku bunga yang kompetitif sebagai pemicu peningkatan penyaluran kredit dimana biaya pembiayaan selangit diandalkan untuk menggandeng nasabah untuk melakukan penabungan serta biaya pinjaman yang kecil hendak menggandeng individu yang berhutang dalam memperoleh pinjaman. Untuk melindungi suatu keadaan supaya perekonomian stabil, ketetapan dari pemerintah serta manajemen internal pada penentuan jenjang suku bunga sering kali dijadikan alasan dalam perkembangan jenjang penyaluran kredit serta akumulasi DPK (Dana Pihak Ketiga) yang bisa memberikan dukungan pada peningkatan pembangunan domestik dalam rencana meningkatkan perluasan pembangunan dan berpangkal kepada kenaikan tingkatan perekonomian domestik.

Dengan semakin kompetitifnya persaingan yang tak terhindarkan dalam energi perbankan disediakan oleh perusahaan keuangan, yang memungkinkan dengan cepat menyesuaikan keadaannya dengan

pertumbuhan yang terjadi pada warga sekitar. Pernyataan ini bisa dilihat dengan ramainya perluasan dari berbagai bank luar yang mencoba menerobos industri perbankan di Negara Indonesia. Dunia perbankan sekarang tengah bersaing dalam menaikkan tingkatan pelayanan mereka terhadap nasabah. Peningkatan layanan ini ditandai dengan pemberian kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi. Contoh dari hal tersebut ialah pengaplikasian e-Banking maupun kelancaran bertransaksi secara tidak langsung, seperti transaksi keuangan dengan internet maupun dengan sms banking. SMS banking ialah model transaksi melalui layanan SMS (Short Message Service).

Sebagai bagian dari tokoh usaha dalam bidang perbankan, BNI (Bank Negara Indonesia) tidak luput dari fakta pergantian yang timbul dari keseriusan kompetisi dalam memperoleh simpati nasabah. Sekarang, tindakan dari nasabah di Indonesia semakin sulit untuk ditebak, adakalanya terdapat nasabah yang mengharapkan suku bunga yang murah (pinjaman) maupun suku bunga mahal (giro, tabungan, serta deposito) dana administrasi yang juga murah serta adakalanya terdapat nasabah yang mengharapkan keefisienan, kenyamanan, dan kemudahan pengaksesan dalam bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Dunia perbankan sekarang sudah mengetahui bahwasannya nasabah bukan hanya melihat sisi bunga maupun teknologi yang modern saja, namun nasabah juga mulai mencari nilai (value) yang hendak diperoleh dari apapun yang bank tawarkan. Hal tersebut yang akan membuat nasabah untuk bersedia menjadi nasabah yang setia (Bielen et al, 2007). Apabila dipandang dari segi teoritis, hal ini sepadan dengan hasil dari riset dahulu yang memberitahukan bahwasannya kepuasan dari nasabah serta loyalitas yang dimiliki nasabah diyakini dapat membagikan pengaruh yang baik serta signifikan terhadap keberlangsungan

bank (Liu dan Wu, 2007;Dimitriades 2006).

Berlandaskan pada latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui apakah Kualitas Layanan, Suku Bunga dan Kepuasan Nasabah memberikan pengaruh pada Loyalitas Nasabah. Sehingga riset ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Di Bank BNI SKM Sidoarjo”

## **Tinjauan Pustaka**

### **Manajemen Pemasaran**

Berdasarkan Kinnear and Kenneth karangan Setyaningrum et al., (2015:11) manajemen pemasaran merupakan kajian, rancangan, penerapan, dan control dari keputusan pemasaran tentang penawaran produk, distribusi, promosi, dan penetapan harga Maksudnya adalah untuk mendorong dan memudahkan terjadinya interaksi yang saling menguntungkan yang membantu organisasi mencapai tujuannya.

Menurut Kotler dan Keller (dikutip oleh Andari dan Napu, 2016:1015) *“promoting the board as the art and science of identifying target business sectors and acquiring, retaining, and increasing clients through the creation, transmission, and transmission of unequalled client esteem”*. Dapat diartikan “manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan menarik, mempertahankan, dan memperluas konsumen melalui penciptaan nilai pelanggan yang unggul, pengiriman, dan komunikasi”

Manajemen pemasaran bermaksud untuk menciptakan pelayanan yang baik bagi klien atau *consumer* sebab dengan adanya pelayanan yang terbaik, pelanggan merasa senang dengan penggunaan layanan/jasa perusahaan. Dengan demikian,

perusahaan perlu menyusun prosedur promosi yang sesuai untuk mencapai tujuan tersebut (Setyaningrum *et al.*, 2015:11).

### **Kualitas Layanan**

Berdasarkan pendapat dari Tjiptono(2016:59), kualitas layanan ialah derajat kelebihan yang diinginkan serta penanganan dari derajat kelebihan itu sendiri. Hal ini dilakukan untuk memuaskan keinginan dari pelanggan. Sedangkan berdasarkan Goeth dan Davis karangan Tjiptono(2012:21) kualitas layanan adalah dimana sesuatu berkaitan dengan barang, jasa, individu, sistem serta kawasan yang melengkapi atau memuaskan.

Berdasarkan Kotler, di dalam Fandi Tjiptono (2018:112 ) menjelaskan terdapat lima unsur kualitas layanan service yang perlu dilengkapi adalah :

1. Berwujud (*Tangibles*)  
Adalah berupa sarana fisik pada perlengkapan dan beragam objek penyampaian yang baik.
2. Empati rasa (*Empathy*)  
Adalah ketersediaan pegawai dan pelaku bisnis agar dapat cendrung menyajikan pelayanan khusus untuk konsumen. Misalnya Karyawan harus mampu menempatkan diri pada posisi pelanggan. Apabila terdapat keluhan dari klien, maka wajib untuk dicari solusinya dengan cepat. Hal ini dilakukan untuk terus menjalin ikatan yang harmonis dan memberitahukan kepedulian yang amat tulus.
3. Keandalan (*Reliability*)  
Adalah keahlian dalam memberikan service yang tepat dengan janji yang diberikan, memiliki kepercayaan, memiliki konsisten, serta tepat. Misalnya, keahlian karyawan pada pemberian service yang paling baik, keahlian karyawan pada pelayanan dari keperluan konsumen yang diberikan dengan akurat dan tanggap, keahlian perusahaan pada pemberian service yang paling baik dan tepat dengan yang konsumen inginkan.
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)  
Adalah keinginan staf atau pemberi kerja dalam memberikan bantuan pada konsumen serta membagikan pelayanan dengan tanggap dan mendengarkan serta memberi solusi atas komplain yang diajukan pelanggan. Hal ini

dilakukan melalui cara harapan karyawan pada pembantuan dan pemberian service secara cepat, keahlian pemberian service secara tepat dan tanggap, karyawan yang siap siaga untuk memberikan keramahan pada masing-masing pelanggan, dan karyawan yang sigap dalam melakukan kerjasama dengan pelanggan.

#### 5. Jaminan (*Assurance*)

Adalah keahlian dari perusahaan dalam membagikan penjaminan atas layanan yang diberikan. Pernyataan ini menjadikan sebuah wawasan, sopan santun, dan keahlian dari karyawan untuk memunculkan keyakinan serta kepercayaan.

#### Suku Bunga

Boediono (2017: 76) menuturkan bahwasannya tingkat suku bunga ialah harga pemakaian dana investasi. Tingkatan ini adalah indikator pada penentuan individu yang hendak menabung. Sunariyah (2016:80) berpendapat bahwasannya suku bunga diartikan sebagai “biaya kredit”. Tingkat bunga dihitung sebagai persentase dari pokok dibagi dengan unit waktu. Bunga adalah ukuran biaya sumber daya debitur yang harus ditentukan oleh kreditur. Besarnya tingkat suku bunga bank akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menyimpan atau meminjam uang dari bank. Pada saat suku bunga tinggi/naik, volume simpan pinjam di bank meningkat, sedangkan pada saat suku bunga rendah, volume simpan pinjam di bank cenderung menurun. Ini karena ketika suku bunga naik, orang lebih cenderung menabung untuk menabung dan mengambil kredit bank dengan harapan menerima pengembalian yang lebih besar.

Faktor yang mempengaruhi suku bunga Kasmir (2010:137-140) menjelaskan bahwasannya terdapat beberapa faktor utama yang memberikan dampak terhadap tinggi rendahnya penentuan dari suku bunga, yaitu:

1. Keperluan biaya
2. Target laba
3. Kualitas pinjaman
4. Kebijakan pemerintah
5. Jangka waktu
6. Reputasi perusahaan

7. Produk yang kompetitif

8. Hubungan baik

9. Persaingan

10. Jaminan pihak ketiga

#### Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2016:153) berpendapat bahwasannya kepuasan dari konsumen, yakni “satisfaction refers to a person's sentiments of joy or disappointment as a result of comparing a product's or service's perceived performance (or outcome) to expectations”.

Melihat dari penjelasan ahli diatas, kepuasan konsumen diartikan sebagai jenjang dari perasaan individu saat memperoleh layanan maupun produk yang disajikan dan memadankan hasil kerja dari produk maupun layanan yang diperoleh dengan keinginan dari konsumen. Hal ini dikarenakan kepuasan konsumen tidak sama dengan yang lain dengan anggapan, harapan, serta keperluan dari konsumen.

Terdapat empat teknik untuk mengukur kepuasan dari pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2016:219), yakni:

- a. Sistem Keluhan dan Saran
- b. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*
- c. *Lost Customer Analysis*
- d. Survey Kepuasan Pelanggan

#### Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan pendapat dari Kotler & Keller (2009), konsumen yang senang dan loyal ialah kesempatan dalam memperoleh konsumen baru untuk bergabung. Pada umumnya, menjaga seluruh konsumen yang telah ada hendak memberikan keuntungan daripada dengan mengganti konsumen, sebab dana dari penarikan konsumen baru mencapai lima kali lipat dari dana untuk menjaga konsumen yang telah ada. Banyak dari perusahaan yang berusaha pada pengembangan taktik efektif dalam menjaga, mendorong, serta menaikkan tingkatan dari loyalitas. Untuk menjaga perusahaan tetap bertahan, loyalitas sangat penting. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen terhadap merek toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat baik dan pelanggan melakukan pembelian berulang secara konsisten, menurut

Morais 2005 dalam Sangadji dan Sopiah (2013:104).

Griffin (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:113) menjabarkan bahwasannya laba yang hendak didapatkan oleh perusahaan yang mempunyai pelanggan loyal, yakni:

1. Pengurangan dana marketing (sebab dana untuk penarikan pelanggan baru akan sangat tinggi).
2. Pengurangan dana transaksi.
3. Pengurangan dana pergantian

pelanggan maupun *turn over*.

4. Peningkatan penjualan silang hendak memperlebar ruang pasar dari perusahaan.
5. Pendorongan komunikasi dari mulut ke mulut atau disebut sebagai *word of mouth* (WOM) ke arah yang baik, dengan anggapan bahwasannya keloyalatan dari pelanggan bermakna kepuasan

### Penelitian Terdahulu

Item	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
I Gede Yogi Pramana(2016)  “Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas nasabah(Studi Bank Mandiri Tbk. Cabang Veteran Denpasar Bali)”	Objek penelitian : perbankan Mandiri Denpasar  Terdiri1dari 1 variable bebas ialah kualitas pelayanan	Objek penelitian : Perbankan BNI SKM Sidoarjo  Terdiri1dari 2 variabel bebas adalah kualitas layanan dan Suku Bunga.
Rudi Kusdi Harto (2016)  “Pengaruh kualitas pelayanan dan suku bunga dengan kepuasan sebagai variable moderating terhadap loyalitas nasabah”.	Objek penelitian : koprasi pinjam simpan sumber makmur  Terdiri dari2 variable bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Suku Bunga.	Objek penelitian : Bank BNI SKM Sidoarjo  Terdiri dari2 variable bebas ialah Kualitas Pelayanan dan Suku Bunga.
Ifik Sofiyanto, Aziz Fathoni, dan Andri Tri Haryono (2016)  “Pengaruh lokasi ,tingkat <i>interest rate</i> , kualitas layanan terhadap rasa puas nasabahkredit BTN	Objek penelitian : PT Bank Tabungan Nasional Semarang  Terdiri1dari 3 variabel bebas yaitu lokasi, suku bunga, dan kualitas pelayanan.	Objek penelitian : Bank BNI SKM Sidoarjo  Terdiri dari dua variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Suku Bunga.
Hesti Maria Putri(2019)  “Pengaruh kepuasan terhadap kualitas layanan	Objek penelitian : Bank BPR LPN Sawalunto  Terdiri dari enam	Objek penelitian : Bank BNI SKM Sidoarjo  Terdiri dari dua variabel

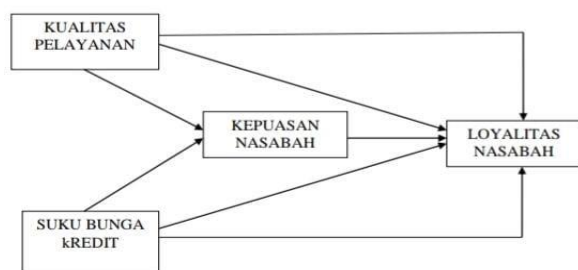
dan nilai bunga terhadap deposito loyalitas pelanggan di BPK LPN Sawalunto”.	variabel bebas yaitu kualitas layanan fasilitas fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan suku bunga.	bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Suku Bunga.
Caroline Muthoni Muchina dan Barrack Okello (2016)  “The Influence of Customers’ satisfaction Customers’ Loyalt to Purchase Additional of Banking Service”.	Objek penelitian : perusahaan sepatu  Terdiri1dari 2 variabel bebas adalah Kepuasan dan Loyalitas nasabah.	Objek penelitian : Bank BNI SKM Sidoarjo  Terdiri1dari 2 variable bebas ialah Kualitas layanan, Suku Bunga.

## Kerangka Konseptual

Adapun kerangka model konseptual dalam

Gambar 2.1

Rangka model konseptual



Sumber : Data diolah

## Hipotesis

H1. Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh keada Kepuasan Nasabah di SKM BNI Sidoarjo.

H2. Suku Bunga berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di Sentra Kredit Menengah BNI Sidoarjo.

H3. Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di Sentra Kredit Menengah BNI Sidoarjo.

H4. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di Sentra Kredit Menengah BNI Sidoarjo.

H5. Suku Bunga perpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di Sentra Kredit Menengah BNI Sidoarjo.

H6. Kualitas pelayanan membagikan pengaruh kepada Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan nasabah di SKM BNI Sidoarjo.

H7. Suku Bunga membagikan pengaruh kepada Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan

observasi ini, yaitu

Nasabah di SKM BNI Sidoarjo.

## METODE PENELITIAN

Pada dasarnya, teknik riset ialah sebuah cara yang logis dalam memperoleh informasi dengan alasan serta manfaat khusus. Untuk mencapai tujuan yang diperlukan dibutuhkan teknik yang relevan untuk mencapai target sesuai keinginan (Sugiyono, 2013:1). Berdasarkan pendapat Sugiyono (2013:2), penjelasan metode observasi merupakan “Metodologi penelitian yang di definisikan sebagai sistem ilmiah agar mendapatkan data yang mempunyai tujuan dan kegunaan terbatas”.

## Populasi

Populasi ialah segala subjek dari riset, berlandaskan dari penjelasan ini bisa diuraikan bahwasannya populasi ialah semua objek yang dikaji, bisa berwujud manusia, sejumlah fenomena yang memiliki karakteristik khusus dan berupa sumber informasi serta memutuskan kesuksesan dari riset. Pada riset ini, populasi yang dipakai ialah konsumen kredit dari Bank BNI Central Credit Center Sidoarjo yang berjumlah 30 debitur yang tersebar di Jawa Timur.

## Sampel

Pada observasi ini peneliti

menggunakan sampling jenuh (sensus). Berdasarkan Sugiyono(2016:118) Teknik sampling jenuh merupakan sistem penetapan keseluruhan populasi di fungsikan menjadi sampel. Dengan demikian, peneliti memilah sampel dengan

memakai teknik sampling jenuh dikarenakan total populasi yang nisbi rendah. Hal ini membuat sampel yang dipakai dalam riset ini sebesar 30 Debitur Nasabah.

## Variabel Independen

Kualitas pelayanan ialah usaha untuk memenuhi keperluan serta harapan konsumen dan keputusan pemberiannya untuk menyetarakan keinginan konsumen, Fandy Tjiptono (2016:118)

Terdapat 15 indikator yang terpecah menjadi

Bunga kredit ialah suku bunga yang bank kenakan terhadap nasabah dalam kurun waktu yang ditentukan bagi inti pinjaman. Penyaluran serta penarikan kredit terus disangkutkan kepada derajat suku bunga. Bunga merupakan sebuah aspek yang wajib tersedia dalam pembagian kredit. Terdapat tiga teknik yang digunakan untuk menghitung bunga kredit dalam bank, yakni anuitas, suku bunga flat, dan afektif.

Adapun lima indikator dari suku bunga kredit melalui besaran suku bunga pada presentase serta teknik untuk menghitung

lima dimensi kualitas pelayanan, yakni:

1. Tampilan Fisik/Sarana dan Prasarana
2. Kenyamanan
3. Kehandalan
4. Daya tanggap
5. Jaminan

bunga kredit, yaitu:

1. Penentuan besaran dari suku bunga yang nampak dan tepat dengan perjanjian kredit.
2. Besaran suku bunga kredit yang tidak terlalu membebaskan nasabah
3. Konsumen memahami dan menyetujui proses perhitungan bunga kredit yang telah dijanjikan.
4. Pemutusan teknik perhitungan bunga kredit tepat dengan harapan nasabah.
5. Metode hitung bunga kredit yang diinginkan sesuai standar

## Variabel Intervening

Terdapat empat indikator riset dari kepuasan nasabah untuk mengambil kredit pada bank BNI SKM Sidoarjo,

Adapun indikator penakaran dari nasabah yang merasakan kepuasan (Tjiptono,2016) antara lain:

1. Kualitas yang baik terhadap
2. barang dan jasa
3. Hubungan pemasaran
4. Program promosi loyalitas
5. Berfokus kepada konsumen yang sangat baik
6. Pengaturan penanganan atas pengaduan
7. Garansi dan progam kepuasan

## Variabel Dependen

Keloyalan amat dibutuhkan oleh perusahaan pada rangka menjaga keberlangsungan hidup. Morais (2005)

dalam Sungadji dan Sopiah (2013:104) menuturkan bahwasannya keloyalan dari nasabah ialah sebuah komitmen konsumen kepada sebuah merek dagang yang didasarkan dari perilaku yang amat baik serta tergambar pada kekonsistenan konsumen yang membeli ulang.

Adapun indikator pengukuran loyalitas antara lain:

1. Rasa Loyalitas konsumen (Merupakan pilihan utama dalam pemilihan jas)
2. Rasa setia (Memberikan anjuran kepada pihak lain)
3. Rasa selalu berpandangan positif (Selalu mengatakan hal yang positif )
4. Rasa keterikatan (Menyukai produk produk yang ditawarkan)

### **Metode Pengumpulan Data**

Memiliki 2 unsur keutamaan yang berdampak kepada kualitas observasi, adalah kualitas instrument observasi dan kualitas pengambilan data. Selanjutnya bisa dipantau pada metode pengumpulan informasi ataupun data, peneliti melakukannya dengan cara interview, keusioner, obesrvasi, dan penyatuan dari ketiga-tiganya (Sugiyono, 2015:193)

1. Interview (wawancara)

Interview dipakai sebagai metode pengumpulan informasi jika peneliti menginginkan studi pendahuluan pada penemuan persoalan yang wajib dianalisis, serta jika peneliti mengharapkan untuk mendapati kerincian berbagai hal dari responden dengan total responden yang kecil (Sugiyono, 2015:194)

2. Kuesioner (angket)

Pembagian angket ini ialah metode pengumpulan informasi yang dilaksanakan dengan memberi sesetel pernyataan maupun pertanyaan serca tulisan terhadap responden untuk diberikan responnya. Kuesioner ialah metode yang lebih efisien sehingga peneliti akan mengetahui dengan pasti variabel yang ditakar serta mengetahui apapun yang diinginkan oleh responden (Sugiyono, 2015:199)

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **Gambaran Umum Objek Penelitian**

Objek observasi ini merupakan Debitur PT Bank BNI Sentra Kredit Menengah Sidoarjo yang berjumlah 30

Debitur. PT BNI SKM Sidoarjo adalah Bank BUMN yang bergerak di bidang jasa perbankan. Sentra Kredit Menengah ialah sebuah unit dengan pelayanan kredit usaha tingkat menengah. Besaran kredit yang dibagikan berkisar diantara 15 miliar rupiah hingga 150 miliar rupiah. Peran dari PT Bank Nasional Indonesia SKM Sidoarjo salah satu bank di tugas prioritas dalam pemulihan ekonomi rakyat indonesia dan keikutsertaan dalam pembenahan pembangunan nasional khususnya di wilayah Jawa Timur

PT. Bank Negara Indonesia Sentra Kredit Menengah Sidoarjo berlokasi di Jl Hang Tuah No 22 A Kelurahan Sidoklumpuk , Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo. BNI SKM Sidoarjo menargetkan penyaluran kredit sebesar Rp 1.2 triliun di wilayah Jawa Timur yang khususnya sektor industry yang tersebar di kota Sidoarjo, Pasuruan, Banyuwangi, Mojokerto, Surabaya, Gresik, dan Jombang. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi 5 % di wilayah Jawa Timur langka penyaluran kredit menengah tersebut akan terealisasi dan terserap pasar. Penelitian ini memfokuskan pada Debitur PT.BNI Sentra Kredit Menengah Sidoarjo sebagai pusat kegiatan transaksi perbankan.

#### **Uji Validitas**

Output dari riset yang dinyatakan valid, yakni yang ditemukan keserasian diantara data yang tersaji dengan data sebenarnya yang ada didalam objek yang dikaji. Keabsahan ialah seberapa jauh sebuah alat yang digunakan untuk mengukur memberitahukan ketepatan.



**Tabel14.9**  
**Hasil tes Validitas**

Variabel	Butir	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan (X1)</b>	x.1 1	0,857	0,374	Valid
	x.1 2	0,882		
	x.1 3	0,818		
	x.1 4	0,895		
	x.1 5	0,859		
<b>Suku Bunga (X2)</b>	x.2 1	0,685	0,374	Valid
	x.2 2	0,607		
	x.2 3	0,623		
	x.2 4	0,678		
	x.2.5	0,679		
<b>Loyalitas nasabah (Y)</b>	X3.1	0,695	0,374	Valid
	X3.2	0,771		
	X3.3	0,730		
	X3.4	0,763		
<b>Kepuasan nasabah (Z)</b>	Y.1	0,763	0,374	Valid
	Y.2	0,695		
	Y.3	0,771		
	Y.4	0,730		
	Y.5	0,763		
	Y.6	0,750		

**a. Uji Normalitas**

**Uji Reliabilitas**

Ghozali (2016) menjelaskan bahwasannya jika jawaban responden terhadap kuesioner konsisten dari waktu ke waktu, kuesioner dapat disebut kredibel. Uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) digunakan untuk menilai reliabilitas penelitian dalam satu kesempatan atau hanya sekali. Menurut Nunnally (Ghozali, 2016), suatu variabel terikat harus mempunyai skor Cronbach Alpha melebihi angka 0,70.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Tes Reliabilitas**

Variabel.	Cronbach Alpha1	Batas	KET
Kualitas.pelayanan (X1)	0,913	0,7	Reliabel
Suku bunga (X2)	0,974		
Loyalitas nasabah (Y)	0,912		
Kepuasan nasabah (Z)	0,934		

Hakikat dalam pemilihan keputusan yang di pakai yaitu jika signifikansi ( $\alpha$ ) > 0,051 maka data dapat dikatakan terbagi secara normal dan sedangkan jika signifikansi ( $\alpha$ ) < 0,051 maka data terdistribusi secara tidak standart. Berikut tabel hasil tes *Kolmogorov -I Smirnov* (K-S).

**Tabel 4.11**  
**Hasil tes Normalitas Model 1 X1 , X2 ke Y**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.79669527
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.082
	Negative	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		.718
Asymp. Sig. (2-tailed)		.682

Sumber: Data diolah SPSS

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas Model 2 X1, X2, Y ke Z**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.50999388
Most Extreme Differences	Absolute	.148
	Positive	.148
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		.811
Asymp. Sig. (2-tailed)		.527

Sumber: Data diolah SPSS

### Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas merupakan pengujian yang bermaksud mengevaluasi bagaimana terdapat hubungan variabel bebas digunakan digunakan untuk menemukan bagaimana bentuk regresi memiliki hubungan antar variabel bebas. Dasar pengujian yang digunakan dalam uji multikolonieritas dapat dilihat melalui skortolerance serta VIF. Apabila VIF kurang dari 10 atau skor tolerance melebihi angka 0,10, hal ini dapat dikatakan tidak ditemukan multikolinearitas. Apabila VIF melebihi angka 10 atau skor dari tolerance lebih kecil dari 0,10, hal ini dapat dikatakan ditemukan multikolinearitas. Berikut ini merupakan output dari pengujian multikolinearitas:

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji Multikolinearitas Model 2 X1, X2, Y ke Z**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.492	.396		1.243	.225		
KUALITAS_PELAYANAN.X1	.101	.043	.086	2.343	.027	.299	3.346
SUKU_BUNGA.X2	.094	.030	.094	3.134	.004	.452	2.210
KEPUASAN_NASABAH.Z	1.230	.056	.852	22.092	.000	.271	3.690

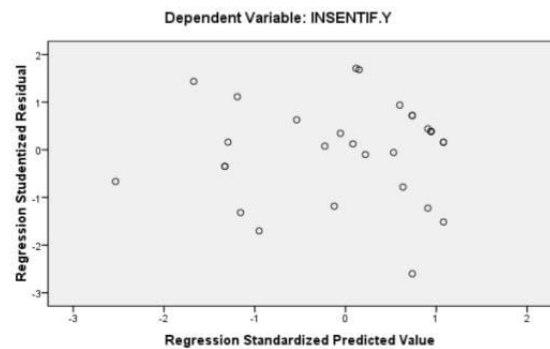
a. LOYALITAS\_NASABAH.Y

### Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian heteroskedastisitas ialah untuk mengetes pola regresi ditemukan ketidakserasian antara variance dari residual satu observasi dengan observasi lainnya maupun tidak ditemukan (Ghozali, 2016:134). Kesempurnaan dari pola regresi ialah yang bersifat homoskedastisitas ataupun tidak ditemukan variance yang

berbeda. Adapun cara untuk mengetahui terdapat ataupun tidak terdapat heterokedastisitas dapat dilakukan dengan memantau keberadaan dari pola tertentu pada grafik scatterplot. Apabila tidak terdapat bentuk yang gamblang dan sejumlah titik membaur diatas serta dibawah 0 dalam sumbu Y, maka heterokedastisitas tidak ditemukan. Dibawah ini ialah output dari pengujian heteroskedastisitas.

**Scatterplot**



**Gambar 4.2**  
**Scatterplot Model 1**

Sumber: Data diolah SPSS

**Tabel 4.16**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.492	.396		1.243	.225
	KUALITAS_PELAYANAN.X1	.101	.043	.086	2.343	.027
	SUKU_BUNGA.X2	.094	.030	.094	3.134	.004
	KEPUASAN_NASABAH.Z	1.230	.056	.852	22.092	.000

a. Dependent Variable:

LOYALITAS\_NASABAH.Y

Sumber: Data diolah SPSS

### Uji Hipotesis

#### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tujuan dari pengujian koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) untuk menakar sejauh mana seluruh variabel bebas dapat memberikan penjelasan terhadap variabel terikat. Apabila skor R<sup>2</sup> mencapai angka 1, maka sejumlah variabel bebas membagikan seluruh data yang diperlukan dalam memperkirakan variasi dari variabel terikat. Adapun output dari pengujian R<sup>2</sup>, yakni:

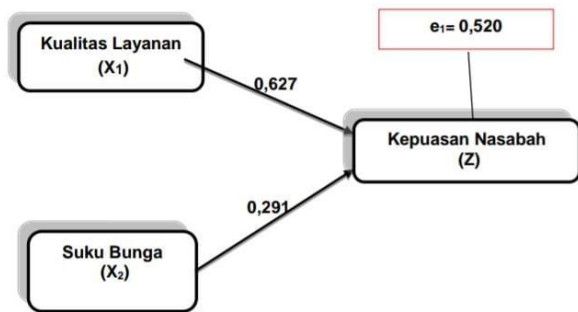
**Tabel 4.17**

**Hasil Koefisien Determinasi Model 1**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 <sup>a</sup>	.729	.709	1.86205

a. Predictors: (Constant), SUKU\_BUNGA.X2, KUALITAS\_PELAYANAN.X1

b. Dependent Variable: KEPUASAN\_NASABAH.Z



Gambar 4.4  
Diagram Koefisien Determinasi Model 1

Sumber : Data diolah penulis

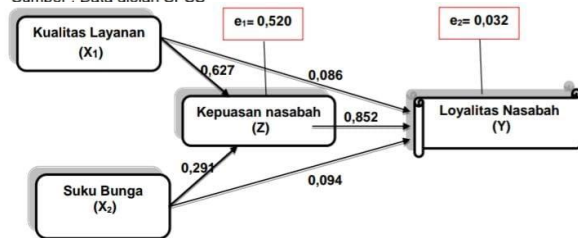
Tabel 4.18  
Hasil Koefisien Determinasi Model 2

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.995 <sup>a</sup>	.990	.988	.53861

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN\_NASABAH.Z, SUKU\_BUNGA.X2, KUALITAS\_LAYANAN.X1

b. Dependent Variable: LOYALITAS\_NASABAH.Y

Sumber : Data diolah SPSS



Gambar 4.5  
Diagram Koefisien Determinasi Model 2

Sumber : Data diolah penulis

## Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Pengujian t dilakukan untuk melihat variabel bebas dari pola regresi berpengaruh dengan individual kepada variabel terikat. Variabel independen tersebut ialah sebagai penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen apabila taraf signifikansi kurang dari angka 0,05. Dari pengujian t, peneliti berhasil menemukan:

Tabel 4.20

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Model 2

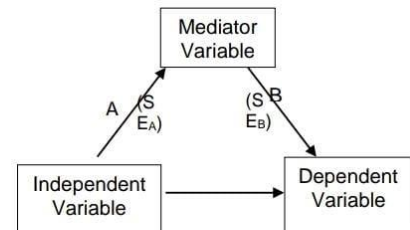
		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.492	.396		1.243	.225
	KUALITAS_PELAYANAN.X1	.101	.043	.086	2.343	.027
	SUKU_BUNGA.X2	.094	.030	.094	3.134	.004
	KEPUASAN_NASABAH.Z	1.230	.056	.852	22.092	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS\_NASABAH.Y

## Uji Sobel

Menurut MacKinnon, Warsi dan Dwyer (1995) pengujian sobel dipakai sebagai

teknik statistik secara resmi menakar mediasi dengan pengasumsian variabel terikat serta moderator ialah sejumlah variabel continue. Pengujian ini dikhususkan untuk pengujian pada variabel moderator apakah memberikan pengaruh yang sama dengan variabel independen. Pada riset ini, output dari pengujian sobel bisa dipantau dari gambar dibawah ini:



Gambar 4.7  
Diagram Uji Sobel tes Model 2

Sumber: Data olahan dari web [www.danielsoper.com](http://www.danielsoper.com)

$$A = 0,101$$

$$B = 0,094$$

$$SE_A = 0,043$$

$$SE_B = 0,030$$

## Pembahasan

### Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah

Hipotesis pertama untuk melihat apakah kualitas layanan berdampak pada kepuasan pelanggan. Dengan nilai signifikansi 0,000, hasil pengujian memberitahukan bahwasannya kualitas dari layanan menyampaikan dampak pada kepuasan nasabah. Hipotesis pertama menguji dampak kualitas dari layanan kepada loyalitas pelanggan. Output dari uji yang dilakukan memberitahukan bahwasannya kualitas pelayanan memberikan pengaruh kepada kepuasan nasabah yang bernilai signifikansi sebanyak 0,027. Pernyataan tersebut mengindikasikan tingginya loyalitas nasabah yang mendapatkan pengaruh dari kualitas pelayanan yang diaplikasikan PT. Bank Negara Indonesia Sentra Kredit Menengah Sidoarjo.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berlandaskan melalui informasi serta hasil pengetesan yang dijalankan dengan memakai model path analysis (analisis jalur) didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan berdampak pada Kepuasan Nasabah di Sentra Kredit Menengah BNI Sidoarjo
- b. Suku Bunga berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di Sentra Kredit Menengah BNI Sidoarjo sebab besaran suku bunga sangat di perhitungkan secara financial oleh nasabah agar mendapatkan keuntungan yang lebih.
- c. Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di Sentra Kredit Menengah BNI Sidoarjo sebab nasabah akan merasa mendapatkan perhatian khusus sehingga memunculkan rasa loyal
- d. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di Sentra Kredit Menengah BNI Sidoarjo sebab kualitas layanan yang baik akan menciptakan rasa puas nasabah perusahaan akan mendapatkan *feedback* sehingga menciptakan hubungan saling menguntungkan.

Suku Bunga berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di Sentra Kredit Menengah BNI Sidoarjo sebab dengan adanya besaran suku bungabisa membagikan dampak yang baik serta signifikan kepada kepuasan pelanggan/ nasabah dan menyebabkan loyalitas nasabah hendak mengalami kenaikan.

### **SARAN**

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian dan pekerjaan sebelumnya, yaitu:

- a. Terhadap pihak PT Bank BNI SKM Sidoarjo yang berlokasi di Jl Hang Tuah No 22A ,Kecamatan Sidoarjo, peneliti mengharapkan riset ini bisa dipakai untuk pertimbangan mengatasi berbagai masalah yang adadidalam problem nasabah. Menurut hasil dari

riset, kualitas pelayanan serta suku bunga memberikan pengaruh kepada loyalitas nasabah dari kepuasan nasabah. Pernyataan tersebut bisa dibuat sebagai pertimbangan terhadap bagian manajemen di perusahaan dalam mengevaluasi mengenai pengaplikasian kualitas pelayanan yang sangat disesuaikan dengan situasi area kerja. Perusahaan juga wajib memperhatikan keluhan nasabah sehingga hubungan tetap terjalin dengan baik. Terdapat cara yang bisa dijalankan, yakni dengan berkomunikasi kepada konsumen mengenai produk dengan benar dan tepat sasaran serta menumbuhkan rasa kepuasan terhadap pelanggan. Kepada bank sampel disarankan untuk mempertimbangkan aspek kualitas layanan, suku bunga, dan kualitas aset untuk menjaga agar penyaluran kredit tetap berjalan dan operasional perbankan tidak terganggu sehingga mampu memaksimalkan profitabilitas perbankan. Dalam memperoleh keinginan nasabah untuk menabung dan kredit pada bank BNI SKM Sidoarjo seharusnya perusahaan pada penetapan jenjang suku bunga tidaklah besar dampaknya, namun besar dari suku bunga berpengaruh baik kepada minat nasabah untuk menabung serta kredit.

Bagi peneliti berikutnya, dapat mengembangkan riset ini dengan penambahan aspek lainnya yang bisa memberikan pengaruh kepada loyalitas nasabah dari kepuasan nasabah karena faktor kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 72,9%, dan suku bunga berpengaruh sebesar 99,0%, sehingga masih ada 27,1%, dan 1,0% dari aspek lainnya yang bisa memberikan pengaruh kepada loyalitas nasabah dari kepuasan nasabah yang bukan dari variabel yang dikaji. Peneliti berikutnya bisa mengkaji beberapa faktor atau aspek lainnya yang mempengaruhi minat menabung dan kredit nasabah di Bank BNI Sentra Kredit Menengah Sidoarjo.