

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, KEPUASAN DAN KOMITMEN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KSP BERKAH KARUNIA MANDIRI KALIWIRO

Ana Fatiya, Heri Purwanto, M.Trihudyatmanto
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sains Al-Qur'an
Email: anafatiya21@gmail.com

ABSTRAK

Loyalitas nasabah merupakan tuntutan mutlak bagi perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup dalam usahanya tersebut, karena loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis. Dengan mendapatkan nasabah yang loyal mampu membuat peluang yang besar bagi koperasi untuk memperluas jaringan pemasaran dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.

Jenis data yang dilakukan dipenelitian ini adalah kuantitatif yang berupa kuesioner dari KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui data primer. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan, Komitmen Nasabah, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Customer loyalty is an absolute requirement for a company to ensure the continuity of its business, because customer loyalty is the cornerstone of business achievement. By getting loyal customers, it is able to create great opportunities for koperasi to expand the marketing network and maintain the company's survival. This study is intended to determine how the influence of Service Quality, Trust, Customer Satisfaction and Commitment to Customer Loyalty.

The type of data used in this study is a quantitative questionnaire from the KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro. Sources of data in this study were obtained through primary data. The population used in this study were customers of the KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro.

The results of this research show that service quality has a positive effect on customer loyalty (H1 is accepted), trust has a positive effect on customer loyalty (H2 is accepted), satisfaction has a positive effect on customer loyalty (H3 is accepted), customer commitment has a positive effect on customer loyalty (H4 is accepted).) to KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro Customers.

Keywords : Service Quality, Trust, Satisfaction, Customer Commitment, Customer Loyalty.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dewasa ini telah diwarnai oleh persaingan yang semakin ketat. Hal ini diakibatkan karena adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Timbulnya persaingan yang sangat ketat tersebut menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Ndubisi (2007) melaporkan bahwa banyak perusahaan lebih banyak memanfaatkan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan pelanggan untuk mendapatkan informasi berharga tentang bagaimana cara terbaik untuk melayani pelanggan dan menjaga mereka agar tidak berpindah ke merek lain untuk bersaing merek. Dengan membangun hubungan dengan pelanggan, perusahaan juga bisa mendapatkan kualitas sumber-sumber intelijen pemasaran untuk perencanaan yang lebih baik. Dalam era yang penuh dengan kompetisi di bidang ekonomi dan perbankan, banyak perusahaan yang memfokuskan usahanya untuk tetap mempertahankan bisnis nasabah yang loyal. Hal ini terutama berlaku di sektor jasa keuangan dimana deregulasi telah menciptakan suatu lingkungan yang memungkinkan konsumen memilih alternatif jasa dalam memenuhi kebutuhan keuangan mereka.

Koperasi memiliki peran yang positif, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam peningkatan perekonomian nasional di Indonesia. Peran koperasi diantaranya dalam peningkatan kemajuan ekonomi bagi anggotanya dan bagi masyarakat. Hal ini sebagaimana dinyatakan dalam Undang-Undang Dasar 1945 khususnya Pasal 33 ayat (1) menyatakan bahwa perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Selanjutnya penjelasan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 menempatkan koperasi baik dalam kedudukan sebagai sokoguru perekonomian nasional maupun sebagai bagian integral tata perekonomian nasional. Menurut (Kasmir : 2016) Koperasi simpan pinjam disebut sebagai lembaga pembiayaan dikarenakan usaha yang dijalankan oleh koperasi simpan pinjam adalah usaha pembiayaan yaitu menghimpun dana dari para anggotanya yang kemudian menyalurkan

kembali dana tersebut kepada para anggotanya atau masyarakat umum.

2. LANDASAN TEORI

Loyalitas Nasabah

Loyalitas dapat dikatakan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu hal yang bukan hanya berupa kesetiaan fisik semata, namun lebih pada kesetiaan non fisik seperti pikiran dan perhatian untuk membeli agar dapat memilikinya Indikator untuk mengukur variabel loyalitas nasabah menurut Girffin (2005) adalah sebagai berikut:

1. Melakukan transaksi terus-menerus
2. Merekomendasikan kepada orang lain
3. Menjadikan pilihan utama

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah totalitas pelayanan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan adalah variable independent pada penelitian ini. Menurut Sugiyono (2010) variabel independent (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atas timbulnya variabel dependent (terikat). Terdapat lima indikator kualitas layanan ialah sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangible*) : Fasilitas yang dimiliki
2. Keandalan (*Reliability*) : Keandalan dalam melayani nasabah
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) : Kecepatan dalam menanggapi kebutuhan nasabah
4. Jaminan (*Assurance*) : Keamanan yang dirasakan nasabah
5. Perhatian (*Emphaty*) : Empati yang didapat nasabah

Kepercayaan

Menurut Kotler (2009), kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan (trust) dalam pemasaran jasa lebih menekankan pada sikap individu yang mengacu kepada keyakinan pelanggan atas keterandalan jasa yang diterimanya. Variabel kepercayaan dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Robbins, 2006) :

1. Integritas
2. Kompetensi
3. Konsistensi

4. Loyalitas
5. Keterbukaan.
6. Empati (*Empathy*)

Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul atas pelayanan yang diberikan karyawan. Kepuasan nasabah adalah variabel independent pada penelitian ini.

Terdapat lima indikator kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut:

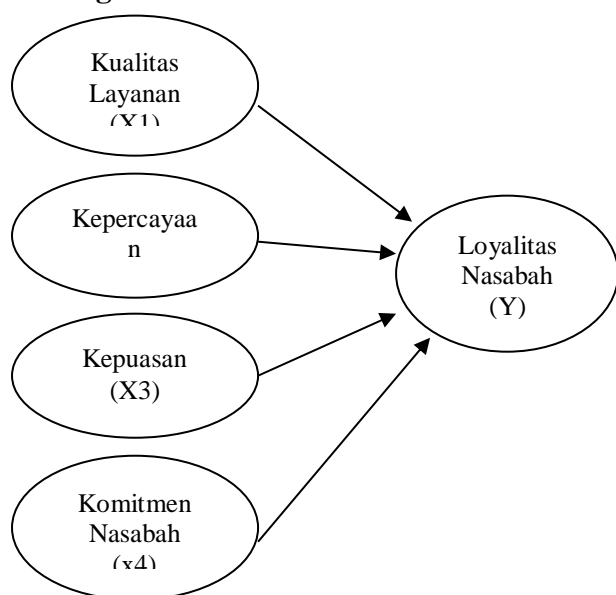
1. Puas terhadap fasilitas yang disediakan
2. Puas dalam bertransaksi
3. Puas dalam kemampuan pelayanan
4. Kinerja sesuai harapan

Komitmen Nasabah

Menurut Ellena (2011) komitmen adalah hubungan, dimana masing-masing pihak bersedia bekerjasama untuk mempertahankan hubungan ini. Variabel komitmen diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Bangga menjadi bagian
2. Hubungan jangka panjang
3. Tidak niat pindah

Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 1 Model Penelitian

Hipotesis Penelitian:

- H1 : Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.
- H2 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.
- H3 :Kepuasan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

H4 :Komitmen Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif . Menurut Arikunto (2006:10) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang dilakukan dengan tuntutan menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Dalam hal ini dapat mengetahui variabel pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan dan komitmen.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan (Wiratna: 2014). Populasi pada penelitian ini adalah nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro yang berjumlah 1000 orang.

Teknik Analisis Data

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel (Sugiyono:2010).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk tingkat signifikan 5 persen dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini adalah jumlah sampel. Jika r hitung > r table maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid, emikian sebaliknya.

Uji Reabilitas

Uji Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Sugiyono:2010). Uji reliabilitas dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Suatu kuesioner dikatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,600 (Ghozali, 2006).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai inistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik (Gozali: 2008). Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya, yaitu pada *histogram* maupun *normal probability plot*. Pada *histogram*, data dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut berbentuk seperti lonceng.

Uji Multikoleniaritas

Multikolinearitas merupakan hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel bebas. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2006).

Multikolinearitas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai Tolerance kurang dari 0,100 atau nilai VIF lebih dari 10, maka hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas (Ghozali, 2006).

Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2006) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut heterokedastisitas.

Uji Goodness of Fit

Menurut Wibowo (2012) *Uji Goodness Of Fit* atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Uji F-statistik digunakan untuk menguji ketepatan model (*Goodness Of Fit Model*). Uji F ini digunakan untuk menguji apakah variabel independent yang digunakan dalam model

mampu menjelaskan perubahan nilai variabel dependen atau tidak. Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F kritis (F tabel) dengan nilai dimana n adalah jumlah observasi, F hitung pada tabel. Sedangkan r untuk menyatakan *analysis of variance*. Untuk menentukan F tabel, tingkat signifikasi yang sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k-1)$ koefisien determinasi persial variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Ferdinand, 2006). Adapun persamaan regresinya yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X₁ : Variabel Kualitas Produk

X₂ : Variabel Kualitas Pelayanan

X₃ : Variabel Harga

X₄ : Variabel Lokasi

e : error

Uji Hipotesis (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, penggunaan R square adalah jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan variabel independen ke dalam model, maka R square pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti R square, nilai adjusted R square dapat naik atau turun apabila terdapat tambahan variabel independen ke dalam model. Oleh karena itu sebaiknya

digunakan nilai adjusted R square untuk mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali, 2006).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek Penelitian

KSP Berkah Karunia Mandiri

KSP Berkah Karunia Mandiri merupakan salah satu koperasi yang ada di kecamatan Kaliwiro, koperasi ini dikenal masyarakat dengan sebutan KSP BKM. KSP Berkah Karunia Mandiri berdiri sejak 2013 di desa Tirip kecamatan Wadaslintang. Namun sejak tahun 2014 kantor operasional KSP BKM berpindah tempat di Kaliwiro karena untuk mengembangkan usaha serta agar memudahkan nasabah untuk menjangkau KSP tersebut. KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro dari tahun 2014-2020 memiliki nasabah sekitar 1000 nasabah yang berasal dari daerah Wadaslintang, Kaliwiro, Leksono, Selomerto, dan Sapuran. Beragam daerah ini dipengaruhi oleh domisili karyawan yang berasal dari luar Kaliwiro.

Statistik Deskriptif

Gambaran Umum Responden

Hasil analisis deskriptif statistik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequen cy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Val id	Perempu an	56	56.0	56.0	56.0
	Laki- Laki	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data primer diolah 2020

Dari tabel 4.2 dapat dilihat gambaran tentang jenis kelamin responden dari 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini 56 responden berjenis kelamin Perempuan sedangkan 44 responden berjenis kelamin Laki-laki. Persentase partisipasi Perempuan dalam penelitian ini sebanyak 56% dan Laki-laki 44%. Kesimpulannya adalah nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro sebagian besar adalah perempuan yaitu 56%.

Hasil Analisis Deskriptif Statistik Variabel Deskripsi Statistik Variabel-Variabel Penelitian

	Std. Deviation	Rata-Rata Actual	Kisaran Aktual	Kisaran Teoritis	Rata-Rata Teoritis
Loyalitas Nasabah	2.287	11.980	5-15	3-15	9
Kualitas Layanan	2.526	20.800	15-25	5-25	15
Kepercayaan	3.348	20.830	13-25	5-25	15
Kepuasan	2.802	15.940	8-20	4-20	12
Komitmen Nasabah	2.262	12.450	6-15	3-15	9

Sumber: Data primer diolah, 2020.

Dari tabel tersebut dapat diketahui informasi tentang gambaran standar deviasi, rata-rata serta kisaran teoritis masing-masing pernyataan dan kisaran aktual jawaban dari masing-masing responden. Secara rinci tabel dijelaskan berikut:

Loyalitas Nasabah

Variabel loyalitas nasabah diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 3 pertanyaan yang diukur dengan skala likert 5 poin. Seperti terlihat pada tabel 4.3, kisaran aktual jawaban loyalitas nasabah 5-15 terletak pada kisaran teoritis 3-15. Rata-rata aktual 11.980 dan standard deviasi 2,287 sedangkan rata-rata teoritisnya 9. Karena rata-rata aktual lebih tinggi dari pada rata-rata teoritis, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan responden pada variabel loyalitas nasabah yaitu selalu melaksanakan transaksi terus menerus, merekomendasikan kepada orang lain untuk menjadi nasabah dan menjadikan pilihan utama.

Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 5 pertanyaan yang diukur dengan skala likert 5 poin. Seperti terlihat pada tabel 4.3, kisaran aktual jawaban kualitas layanan 15-25 terletak pada kisaran teoritis 5-25. Rata-rata aktual 20,800 dan standard deviasi 2,526 sedangkan rata-rata teoritisnya 15. Karena rata-rata aktual lebih tinggi dari pada rata-rata teoritis, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki pengetahuan tentang kualitas layanan yang terdiri dari kenyamanan fasilitas, kehandalan dan daya tanggap karyawan, adanya jaminan dan perhatian dari karyawan.

Kepercayaan

Variabel kepercayaan diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 5 pertanyaan yang diukur dengan skala likert 5 poin. Seperti terlihat pada tabel 4.3, kisaran aktual jawaban kepercayaan 13-25 terletak pada kisaran teoritis 5-25. Rata-rata aktual 20,830 dan standard deviasi 3,348 sedangkan rata-rata teoritisnya 15. Karena rata-rata aktual lebih tinggi dari pada rata-rata teoritis, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki pengetahuan tentang variabel kepercayaan yaitu karyawan memiliki integritas, kompetensi, konsistensi, loyalitas dan keterbukaan yang tinggi.

Kepuasan

Variabel kepuasan diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 4 pertanyaan yang diukur dengan skala likert 5 poin. Seperti terlihat pada tabel 4.3, kisaran aktual jawaban kepuasan 8-20 terletak pada kisaran teoritis 4-20. Rata-rata aktual 15,940 dan standard deviasi 2,802 sedangkan rata-rata teoritisnya 12. Karena rata-rata aktual lebih tinggi dari pada rata-rata teoritis, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memiliki pengetahuan tentang kepuasan yang terdiri dari kepuasan terhadap fasilitas, puas dalam bertransaksi, puas dalam pelayanan dan kinerja yang sesuai harapan.

Komitmen Nasabah

Variabel komitmen nasabah diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 3 pertanyaan yang diukur dengan skala likert 5 poin. Seperti terlihat pada tabel 4.3, kisaran aktual jawaban komitmen nasabah 6-15 terletak pada kisaran teoritis 3-15. Rata-rata aktual 12,450 dan standard deviasi 2,262 sedangkan rata-rata teoritisnya 9. Karena rata-rata aktual lebih tinggi dari pada rata-rata teoritis, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki

Variabel	Kisaran Korelasi	Sig	Ket
Kepuasan Konsumen	0.763** - 0.826**	0.000	Valid
Kualitas Produk	0.603** - 0.779**	0.000	Valid
Kualitas Pelayanan	0.564** - 0.691**	0.000	Valid
Harga	0.829** - 0.871**	0.000	Valid
Lokasi	0.752** - 0.884**	0.000	Valid

pengetahuan tentang komitmen nasabah yaitu kebanggaan menjadi bagian, hubungan jangka panjang dan tidak berniat untuk pindah.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Kisaran korelasi	Signifi kan	Ketera ngan
Loyalitas Nasabah	0.805** - 0.869**	0.000	Valid
Kualitas Layanan	0.682** - 0.820**	0.000	Valid
Kepercayaan	0.758** - 0.872**	0.000	Valid
Kepuasan	0.787** - 0.841**	0.000	Valid
Komitmen Nasabah	0.831** - 0.873**	0.000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

Variabel loyalitas nasabah mempunyai kisaran korelasi antara 0.805 sampai 0,869 dan signifikan pada 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang loyalitas nasabah yang mengukur variabel loyalitas nasabah dapat dinyatakan valid. Variabel kualitas layanan mempunyai kisaran korelasi antara 0,682 sampai 0,820 dan signifikan pada 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang kualitas layanan yang mengukur variabel kualitas layanan dapat dinyatakan valid. Variabel kepercayaan mempunyai kisaran korelasi antara 0,758 sampai 0,872 dan signifikan pada 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang kepercayaan yang mengukur variabel kepercayaan dapat dinyatakan valid. Variabel kepuasan mempunyai kisaran korelasi antara 0,787 sampai 0,841 dan signifikan pada 0,000.

Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang kepuasan yang mengukur variabel kepuasan dapat dinyatakan valid. Variabel komitmen nasabah mempunyai kisaran korelasi antara 0,831 sampai 0,873 dan signifikan pada 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang komitmen nasabah yang mengukur variabel komitmen nasabah dapat dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha based on standardized item	Batas Alpha	Ket
Loyalitas Nasabah	0.769	0.769	>0.7	Reliabel

Kualitas Layanan	0,799	0.797	>0.7	Reliabel
Kepercayaan	0,882	0.882	>0.7	Reliabel
Kepuasan	0,832	0.833	>0.7	Reliabel
Komitmen Nasabah	0,826	0.826	>0.7	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2020.

Secara keseluruhan uji reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini telah menunjukkan hasil yang memuaskan. Hal ini terlihat dari nilai *cronbach alpha* yang lebih besar dari nilai batas atas *cronbach alpha* 0,7. Sehingga seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel Loyalitas Nasabah, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan, Komitmen Nasabah adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a , ^b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.95678141
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.039
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer diolah, 2020.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa hasil perhitungan normalitas dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* memiliki probabilitas tingkat signifikansi atas tingkat $\alpha = 0,05$ yaitu 200. Hal ini berarti dalam model regresi terdapat variabel residual atau variabel pengganggu yang terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Layanan	0.509	1.966	Tidak ada multikolinieritas
Kepercayaan	0.442	2.263	Tidak ada multikolinieritas
Kepuasan	0.545	1.834	Tidak ada multikolinieritas
Komitmen Nasabah	0.806	1.241	Tidak ada multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah, 2020.

Berdasarkan pada tabel 4.8 terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0.1. Selanjutnya hasil perhitungan VIF juga menunjukkan hal yang sama yaitu semua variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.348	.534	2.527	.013	
	Kualitas_Layanan	-.005	.034	-.021	.150	.881
	Kepercayaan	-.016	.027	-.088	-.584	.560
	Kepuasan	-.034	.030	-.156	1.151	.253
	Komitmen_Nasabah	.029	.030	.109	.978	.331

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Data primer diolah, 2020.

Dari uji *glejser* terlihat bahwa kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan, komitmen nasabah memiliki nilai signifikansi lebih dari batas minimal yang ditentukan yaitu 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Goodness of Fit

Hasil Uji Goodness of Fit Model

ANOVA ^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	427.332	4	106.833	111.987	.000 ^b
	Residual	90.628	95	.954		
	Total	517.960	99			
a. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Komitmen_Nasabah, Kepuasan, Kualitas_Layanan, Kepercayaan						

Sumber: Data primer diolah, 2020.

Dari hasil perhitungan yang diperoleh, nilai F_{hitung} sebesar 111.987 dengan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 5%. Selanjutnya membandingkan F_{tabel} dengan mencari nilai ($df=n-k-1$) diperoleh (2,47) didapatkan F_{tabel} adalah 2,47. Dimana hasil dari F_{hitung} 111,987 > F_{tabel} 2,47 maka variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah sesuai dan memenuhi kriteria *good of fit*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-4.371	.857		.000
	Kualitas_Layanan	.222	.054	.245	.000
	Kepercayaan	.329	.044	.482	.000
	Kepuasan	.139	.047	.170	.004
	Komitmen_Nasabah	.214	.048	.212	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah					

Sumber: Data primer diolah, 2020.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS24 for windows diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,371 + 0,222X_1 + 0,329X_2 + 0,139X_3 + 0,214X_4 + e$$

Interpretasi koefisien regresi

Konstanta (α) = -4,371

Artinya apabila kualitas (X_1), kepercayaan (X_2), kepuasan (X_3), komitmen nasabah (X_4) sama dengan nol, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami penurunan sebesar 4,371 dengan asumsi variabel lain adalah konstan (*ceteris paribus*).

$\beta_1 = 0,222$

Koefisien regresi variabel kualitas layanan (X_1) sebesar 0,222 artinya kualitas layanan (X_1) meningkat satu satuan, maka loyalitas nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,222 dengan ketentuan variabel kepercayaan (X_2), kepuasan (X_3), komitmen nasabah (X_4) konstan.

$\beta_2 = 0,329$

Koefisien regresi variabel kepercayaan (X_2) sebesar 0,329 artinya kepercayaan (X_2) meningkat satu satuan, maka loyalitas nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,329 dengan ketentuan variabel kualitas layanan (X_1), kepuasan (X_3), komitmen nasabah (X_4) konstan.

$\beta_3 = 0,139$

Koefisien regresi variabel kepuasan (X_3) sebesar 0,139 artinya kepuasan (X_3) meningkat satu satuan, maka loyalitas nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,139 dengan ketentuan variabel kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), komitmen nasabah (X_4) konstan.

$\beta_4 = 0,214$

Koefisien regresi variabel komitmen nasabah (X_4) sebesar 0,214 artinya komitmen nasabah (X_4) meningkat satu satuan, maka loyalitas nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,214 dengan ketentuan variabel kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), kepuasan (X_3) konstan.

Uji Hipotesis (t)

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-4.371	.857		.000
	Kualitas_Layanan	.222	.054	.245	.000
	Kepercayaan	.329	.044	.482	.000
	Kepuasan	.139	.047	.170	.004

Komitmen_Nasabah	.214	.048	.212	4.428	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah					

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan :

Variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai $t_{hitung} = 4,079 > t_{tabel} = 1,98498$ pada tingkat signifikansi 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena variabel kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh terhadap variabel loyaltitas nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat layanan yang diberikan seperti kenyamanan fasilitas, kehandalan karyawan, daya tanggap karyawan, adanya jaminan dan perhatian yang diberikan karyawan terhadap nasabah maka akan mampu menciptakan sikap loyalitas bagi nasabah. Maka dari itu kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah” dinyatakan diterima.

Variabel kepercayaan memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan memiliki nilai $t_{hitung} = 7,460 > t_{tabel} = 1,98498$ dengan tingkat signifikansi 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena variabel kepercayaan (X_2) memiliki pengaruh terhadap variabel loyaltitas nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah yang dirasakan karena adanya sikap integritas karyawan yang baik, kompetensi yang dimiliki karyawan, konsistensi pelayanan karyawan, sikap loyalitas karyawan dan keterbukaan karyawan terhadap kritik dan saran maka akan mampu menciptakan sikap loyalitas bagi nasabah. Maka dari itu kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah” dinyatakan diterima.

Variabel kepuasan diri memiliki nilai signifikan $0,004 < 0,05$, dan memiliki nilai $t_{hitung} = 2,926 > t_{tabel} = 1,98498$ dengan tingkat signifikansi 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena variabel kepuasan (X_3) memiliki pengaruh

terhadap variabel loyaltitas nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah yang terdiri dari puas terhadap fasilitas yang disediakan, puas dalam bertransaksi, puas dalam kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dan puas terhadap kinerja karyawan maka akan mampu menciptakan sikap loyalitas bagi nasabah. Maka dari itu kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah” dinyatakan diterima.

Variabel komitmen nasabah memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai $t_{hitung} = 4,428 > t_{tabel} = 1,98498$ dengan tingkat signifikansi 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena variabel komitmen nasabah (X_4) memiliki pengaruh terhadap variabel loyaltitas nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa adanya komitmen dari nasabah yang ditandai dengan adanya sikap kebanggaan menjadi bagian dari suatu perusahaan, memiliki hubungan jangka panjang dengan perusahaan dan tidak berniat untuk berpindah ke tempat lain maka mampu menciptakan sikap loyalitas bagi nasabah. Maka dari itu komitmen nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “komitmen berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah” dinyatakan diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.908 ^a	.825	.818	.97672	1.696
a. Predictors: (Constant), Komitmen_Nasabah, Kepuasan, Kualitas_Layanan, Kepercayaan					
b. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah					

Sumber: Data primer diolah, 2020.

Hasil dari regresi diperoleh *adjusted R square* sebesar 0,818 artinya variabel loyalitas nasabah (Y) dijelaskan oleh variabel independen (X) yaitu kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), kepuasan (X_3), komitmen nasabah (X_4) sebesar 81,8 persen, menjelaskan bahwa loyalitas nasabah (Y) dipengaruhi oleh

(X) yaitu kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), kepuasan (X_3), komitmen nasabah (X_4).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah (H1)

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah menunjukkan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik komitmen nasabah maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (H2)

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah menunjukkan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kepercayaan maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (H3)

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah menunjukkan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kepuasan maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Pengaruh Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (H4)

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah menunjukkan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa komitmen nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat komitmen nasabah maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro.
2. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro.
3. Kepuasan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro.
4. Komitmen Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro..

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dibahas diatas, maka peneliti akan mencoba menyampaikan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan diantaranya sebagai berikut:

1. Diharapkan kedepannya KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro tetap dapat menjaga dan mampu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah dengan memperhatikan kenyamanan fasilitas, kehandalan karyawan, daya tanggap karyawan, jaminan dan perhatian karyawan terhadap nasabah.
2. Diharapkan KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro tetap dapat menjaga dan mampu meningkatkan kepercayaan nasabah dengan menjaga dan memperhatikan sikap integritas karyawan, kompetensi yang dimiliki karyawan, konsistensi karyawan, loyalitas dan keterbukaan karyawan dalam melayani nasabah.
3. Diharapkan KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro tetap dapat menjaga dan mampu meningkatkan kepuasan nasabah dengan memperhatikan fasilitas yang disediakan, pelayanan dalam bertransaksi dan kinerja karyawan.
4. Diharapkan KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro tetap dapat menjaga dan mampu meningkatkan komitmen nasabah dengan memperhatikan kebanggaan nasabah menjadi bagian dari KSP, hubungan jangka panjang antara nasabah dengan KSP dan memastikan nasabah tidak berpindah ke tempat lain. pengetahuan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, 2006, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Bumi Aksara.

- Ellena, F. 2001, *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah studi pada PT. BRI (persero) Tbk Cabang Pemalang*.
- Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*, Semarang Universitas Diponegoro.
- Ghozali, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi kedua, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, 2008, *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS ver 5.0*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Girffin, S., 2005, *Customor Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Edisi kedua Jakarta : Erlangga.
- Kasmir, 2016, *Manajemen Sumberdaya Manusia (teori dan praktik)*, Depok : PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta : Erlangga.
- Ndubisi, Nelson Oly. 2007. *Relationship Marketing and Customor Loyalty*. *Junal of Marketing Inteligence & Planning*, Vol.25, 98-106.
- Robbit, S., Timoty, A., 2009, *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung : Alfabeta.
- Wibowo, 2012, *Manajemen Kinerja*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Wiratna, S., 2014, *Metodelogi Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Baru.