

BAB IV

HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank BRI Kanca Wonosari

1. Sejarah Bank BRI

Bank Rakyat Indonesia adalah salah satu Bank yang tertua di Indonesia yang merupakan milik negara yang memiliki sejarah yang cukup panjang. Pada tanggal 16 Desember 1895 Raden Wiriaatmadja dan kawan kawan mendirikan “Depoerweketose Hu-en Spaarbank der Indelansche Hofden (Bank priyayi purwoketo)”. Kemudian tahun 1896 seorang asisten Residen Poerwokerto mendirikan “Depoerweketose Hulp Spaaren Lanbouwcredietbank” sebagai kelanjutan dari “Depoerweketose Hu-en Spaarenbank der Indlansche Hoofden”, (Suyatno,2001). Pada zaman tersebut dunia perbankan sudah bersaing satu sama lain untuk mencari nasabah.

Selain dari Bank priyayi powerwoketo juga terdapat De Javasche Bank yang beroperasi sebagai Bank Komersil. Pada tahun 1898 didirikan Volksbanken atau yang lebih dikenal dengan Bank Rakyat yang didirikan atas bantuan Hindia Belanda, ketika Bank Rakyat mengalami kesulitan, pemerintah Hindia Belanda turut campur dalam menanganinya yaitu dengan didirikan Dienst der Volkscredietewesen (Dinas Perkreditan Rakyat).

Untuk mengendalikan dan mengembangkan usaha perbankan, pada tahun 1912 pemerintahan Hindia Belanda mendirikan Centrale Kas dibawah naungan Departemen Dalam Negeri yang berfungsi sebagai Bank sentral bagi Dienst der Volkscredietewesen. Pendirian Centrale Kas ini tidak juga membawa perubahan pada usaha perbankan, hal ini kerana terjadi resesi dunia pada tahun 1929 sampai 1939 dan akibatnya Volkscredietewesentidak dapat berjalan dengan baik. Akhirnya Centrale Kas dibubarkan.Bersamaan dengan itu didirikanlah Algemene Volkscrediet Bank pada tahun 1934.

Setelah Jepang masuk pada tahun 1942 Algemene Volkscrediet Bank diganti namanya menjadi Syoomin Ginko (Bank Rakyat) dan pada tanggal 22 Maret 1946 melalui peraturan pemerintah no.1 tahun 1946 Bank Rakyat tidak mau berkerja sama dengan Belanda. Setelah perjanjian Royem Royen Bank Rakyat diaktifkan kembali. Pada tanggal 21 April 1951 Bank Rakyat itetapkan menjadi Bank Menengah (ibit).

Pada bulan Agustus 1965 semua Bank milik pemerintahan dilebur menjadi satu dan diberi nama Bank Indonesia. Dimana Bank Rakyat Indonesia masuk kedalam Bank Indonesia Unit 2.

Pada tahun 1982 Dewan direksi membentuk tim tentang sejarah Bank Rakyat Indonesia dan menetapkan melalui surat keputusan

Direksi BRI NOKED; 67/DIR/12/1982 tentang berdirinya Bank Rakyat Indonesia dan menetapkan bahwa pada tanggal 16 Desember 1985 sebagai hari lahirnya Bank Rakyat Indonesia berkembang menjadi Bank devisa sejak tahun 1957 dan berubah status menjadi perseroan sejak tanggal 1 Juli 1992 dengan nama PT. Bank Rakyat Indonesia (persero). Sejak tahun 2003 Bank BRI melakukan penawaran dan penjualan sahamnya kepada masyarakat dan telah berubah statusnya menjadi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk.

2. Visi dan Misi PT Bank Rakyat Indonesia

Visi PT Bank BRI adalah menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah (customer is a king).

Adapun misi bank BRI adalah :

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan pada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang perkembangan ekonomi masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan semangat kerja BRI yaitu integritas, profesionalisme, kepuasan nasabah, keteladanan dan penghargaan terhadap SDM.

- c. Melaksanakan praktek Good Corporate Governance secara berkesenambungan.
- d. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

3. Bank BRI Kanca Wonosari

Bank BRI kantor Cabang Wonosari beralamat di Purbosari, Wonosari, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55851, Indonesia.



Gambar 4. 1 Peta Lokasi Bank BRI kantor Cabang Wonosari

Berdasarkan hasil observasi, kantor bank BRI cabang Wonosari memiliki bangunan gedung yang bagus dengan jumlah atm yang cukup banyak. Kantor ini juga cukup luas dan dilengkapi banyak kursi tunggu sehingga pengunjung menjadi lebih nyaman. Di samping itu, kantor bank BRI kanca Wonosari ini juga memiliki cukup banyak teller dan customer service yang melayani nasabah dengan ramah.

B. Hasil Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini meliputi hasil uji coba instrumen penelitian, hasil analisis deskriptif karakteristik responden, hasil analisis deskriptif gambaran variabel penelitian dan hasil analisis jalur mengenai pengaruh persepsi kualitas layanan nasabah bank terhadap loyalitas nasabah bank dengan dimediasi oleh kepuasan nasabah bank.

1. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini sebelum instrumen penelitian digunakan, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba instrumen kepada sebanyak 30 responden. Hasil pengisian kuesioner oleh 30 responden uji coba selanjutnya dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas *Pearson Product Moment* dengan bantuan program SPSS, sedangkan uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji reliabilitas *cronbachs* alpha yang dilakukan dengan melihat nilai *cronbachs* Alpha masing-masing instrumen.

Dalam uji validitas *Pearson Product Moment*, nilai koefisien korelasi selanjutnya disebut sebagai r hitung. Dalam pengujian ini, apabila nilai r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika r

hitung < r tabel maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali; 2009 : 85). Oleh karena jumlah sampel dalam uji coba instrumen penelitian ini adalah sebanyak 30 responden, maka nilai R tabel yang akan diperbandingkan dengan nilai R hitung masing-masing item pertanyaan adalah sebesar 0,361 (R tabel pada n = 30 dan taraf signifikan 0,05), dengan demikian item pertanyaan dinyatakan valid jika r hitung > 0,361 dan item pertanyaan dinyatakan tidak valid jika r hitung < 0,361.

Pada Uji Reliabilitas dengan *Cronbachs Alpha*, instrumen penelitian dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbac's alpha* > 0,6 (Ghozali, 2006). Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Validitas	Cronbachs Alpha	Reliabilitas
Persepsi Kualitas Layanan	PKL1	0.81	0,361	valid	0.962	reliabel
	PKL2	0.849	0,361	valid		
	PKL3	0.855	0,361	valid		
	PKL4	0.829	0,361	valid		
	PKL5	0.839	0,361	valid		
	PKL6	0.614	0,361	valid		
	PKL7	0.776	0,361	valid		
	PKL8	0.883	0,361	valid		
	PKL9	0.874	0,361	valid		
	PKL10	0.812	0,361	valid		
	PKL11	0.614	0,361	valid		

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Validitas	Cronbachs Alpha	Reliabilitas
Kepuasan	PKL12	0.776	0,361	valid	0.862	Reliabel
	PKL13	0.883	0,361	valid		
	PKL14	0.874	0,361	valid		
	PKL15	0.812	0,361	valid		
	KEP1	0.623	0,361	valid		
	KEP2	0.598	0,361	valid		
	KEP3	0.667	0,361	valid		
	KEP4	0.775	0,361	valid		
	KEP5	0.808	0,361	valid		
	KEP6	0.667	0,361	valid		
	KEP7	0.775	0,361	valid		
	KEP8	0.808	0,361	valid		
Loyalitas	LO1	0.605	0,361	valid	0.648	reliabel
	LO2	0.785	0,361	valid		
	LO3	0.661	0,361	valid		
	LO4	0.775	0,361	valid		
	LO5	0.378	0,361	valid		

Sumber : Hasil Olahan SPSS (Lampiran B)

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 5 di atas, seluruh item pertanyaan pada masing – masing variabel penelitian memiliki nilai r hitung di atas nilai R Tabel (0,361), sehingga seluruh item pertanyaan dalam instrumen variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, seluruh instrumen variabel penelitian memiliki nilai cronbachs alpha > 0,6 yang berarti seluruh instrumen tersebut telah reliabel dan dapat digunakan.

2. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 responden yang seluruhnya merupakan nasabah BRI Wonosari. Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, lama kerja dan pendidikan responden.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	88	62.90
	Perempuan	52	37.10
Usia	< 30 Tahun	36	25.70
	30 - 40 Tahun	27	19.30
	> 40 Tahun	77	55.00
Pendidikan	SLTA	35	25.00
	Diploma	54	38.60
	Sarjana	51	36.40
Penghasilan	< 1 Juta	14	10.00
	1 - 3 Juta	27	19.30
	3 - 5 Juta	52	37.10
	> 5 Juta	47	33.60

Sumber : Hasil Olahan SPSS (Lampiran C)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif karakteristik responden pada tabel 4.2 di atas, dari 140 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki (62,9%) sedangkan sisanya sebanyak 37,10% responden berjenis kelamin perempuan. Selanjutnya dari segi usia, sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia > 40 tahun (55%), sedangkan

sisanya sebanyak 25,7% responden berusia < 30 tahun dan sebanyak 19,3% responden berusia 30 – 40 tahun.

Dari segi tingkat pendidikan responden, sebagian besar responden dalam penelitian ini berpendidikan Diploma (38,6%) dan sarjana (36,4%) sedangkan sisanya sebanyak 25% berpendidikan SLTA. Selanjutnya dari segi penghasilan, sebagian besar responden berpenghasilan 3 – 5 juta (37,1%), sedangkan sisanya sebanyak 33,6% responden berpenghasilan > 5 juta dan sebanyak 19,3% respondne berpenghasilan 1 – 3 juta.

3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif variabel penelitian digunakan untuk melihat gambaran masing-masing variabel penelitian berdasarkan hasil pengisian kuesioner. Analisis deskriptif dilakukan dengan membuat tabel distribusi pada masing-masing variabel penelitian serta melihat nilai rata-rata pada masing-masing indikator.

a. Persepsi Kualitas Pelayanan

Dalam penelitian ini, perspesi nasabah bank terhadap persepsi kualitas layanan Bank BRI Kanca Wonosari diukur dengan 15 pertanyaan. Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif persepsi kualitas layanan bank BRI berdasarkan hasil pengisian kuesioner :

Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Persepsi Kualitas Layanan

Indikator	Rata - rata
Bank Rakyat Indonesia memberikan pelayanan yang baik (senyum, sapa, salam) sepanjang hari kepada semua nasabah.	3.593
Bank Rakyat Indonesia menawarkan kepada nasabah tentang produk-produk BRI	3.514
Pegawai Bank Rakyat tetap ada pada jam-jam kerja	3.521
Pegawai Bank Rakyat Indonesia selalu tanggap dalam membantu nasabah yang mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi.	3.550
Pegawai Bank Rakyat Indonesia melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.	3.700
Pegawai Bank Rakyat Indonesia memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah.	3.707
Bank Rakyat Indonesia menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.	3.521
Bank Rakyat Indonesia dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.	3.457
Bank Rakyat Indonesia menjadi tempat yang terpercaya dalam menyimpan uang.	3.471
Pegawai Bank Rakyat Indonesia mampu memahami kebutuhan nasabah.	3.629
Pegawai Bank Rakyat Indonesia selalu menyampaikan informasi kepada nasabah sampai nasabah benar-benar mengerti.	3.707
Pegawai Bank Rakyat Indonesia bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi.	3.514
Pegawai Bank Rakyat Indonesia selalu berpakaian dan berpenampilan rapi dan sopan.	3.457
Ruangan Bank Rakyat Indonesia selalu terjaga kebersihan dan kenyamanannya.	3.486
Fasilitas ATM Bank Rakyat Indonesia tersedia secara memadai dan dapat berfungsi dengan baik.	3.636

Sumber : data penelitian(Lampiran E)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata skor jawaban responden terhadap

pertanyaan terkait persepsi nasabah terhadap kualitas layanan bank BRI Kanca Wonosari cenderung tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap layanan bank tersebut cenderung tinggi.

b. Kepuasan Nasabah

Dalam penelitian ini, kepuasan nasabah bank diukur dengan 8 pertanyaan. Berikut ini adalah gambaran kepuasan nasabah bank berdasarkan hasil pengisian kuesioner :

Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Nasabah

Indikator	Rata - rata
Saya merasa kualitas layanan BRI sesuai dengan yang saya harapkan	3.593
Saya merasa senang menjadi nasabah BRI	3.686
Produk dan jasa yang diberikan oleh pihak bank sesuai dengan penjelasan.	3.621
Produk yang dikeluarkan oleh pihak bank memberikan keuntungan yang sesuai dengan kriteria.	3.636
Kinerja pelayanan dan kualitas produk yang saya terima lebih baik dibandingkan dengan produk bank lainnya.	3.600
Saya yakin akan layanan Bank BRI	3.621
saya merasa senang setelah mendapat pelayanan Bank BRI	3.650
saya merasa puas setelah mendapat pelayanan Bank BRI	3.621

Sumber : data penelitian (Lampiran E)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, nilai rata-rata skor jawaban responden terkait variabel kepuasan

nasabah cenderung tinggi, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah bank terhadap layanan bank BRI cenderung tinggi.

c. Loyalitas Nasabah

Dalam penelitian ini, loyalitas nasabah bank diukur dengan 5 item pertanyaan. Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif loyalitas nasabah bank berdasarkan hasil pengisian kuesioner :

Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Nasabah

Indikator	Rata-rata
Saya menyampaikan hal-hal baik kepada rekan mengenai Bank BRI	3.607
Saya menyarankan teman teman untuk menjadi nasabah BRI	3.664
Saya lebih memilih memilih layanan BRI dibanding layanan bank lain	3.550
Saya saya akan tetap menjadi nasabah BRI	3.586
Saya tidak akan pindah ke Bank lain	3.721

Sumber : data penelitian(Lampiran E)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif loyalitas nasabah bank pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata skor jawaban responden pada pertanyaan terkait loyalitas nasabah cenderung tinggi, hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah terhadap bank BRI cenderung tinggi.

4. Hasil Analisis Regresi

Hasil analisis regresi linear berganda meliputi hasil uji pengaruh parsial (uji t), uji pengaruh simultan (uji F) dan koefisien determinasi (R square).

a. Uji Parsial (Uji t)

Dalam analisis regresi linear, uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis pengujian yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

Ho : variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan daerah

Ha : variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap kinerja keuangan daerah

Dengan tingkat kepercayaan 95%, maka Ho akan ditolak jika nilai signifikan < 0,05 dan Ho akan diterima jika nilai signifikan > 0,05.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Parsial

Model	Persamaan Regresi	Variabel	Koefisien Jalur (Beta)	t Statistik	Sig
I	KEP = c + b1.PKL	PKL	0,600	8,819	0,000
II	LO = c + b1.PKL + b2.KEP	PKL	0,250	3,918	0,000
		KEP	0,626	9,797	0,000

Berdasarkan hasil uji parsial pada tabel 4.9, diperoleh beberapa hasil sebagai berikut :

b. Model Regresi I : KEP= 0,600 PKL

Nilai signifikansi pengaruh variabel Persepsi Kualitas Layanan (PKL) terhadap kepuasan nasabah (KEP) adalah sebesar

0,000 dengan t hitung bertanda positif sebesar 8,819 dan koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,600. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ dan koefisien regresi bertanda positif maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah bank terhadap kualitas layanan bank, maka semakin tinggi kepuasan nasabah bank, begitu sebaliknya.

c. Model Regresi II : $LO = 0,250PKL + 0,626KEP$

1) Nilai signifikansi pengaruh variabel Persepsi Kualitas Layanan (PKL) terhadap loyalitas nasabah (LO) adalah sebesar 0,000 dengan T hitung bertanda positif sebesar 3,918 dan koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,250. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ dan koefisien regresi bertanda positif maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah bank terhadap kualitas layanan bank, maka semakin tinggi loyalitas nasabah bank, begitu sebaliknya.

2) Nilai signifikansi pengaruh variabel kepuasan nasabah (KEP) terhadap loyalitas nasabah (LO) adalah sebesar 0,000 dengan

T hitung bertanda positif sebesar 9,797 dan koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,626. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ dan koefisien regresi bertanda positif maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan nasabah bank terhadap kualitas layanan bank, maka semakin

d. Persamaan Regresi

Persamaan regresi merupakan persamaan yang diperoleh dari hasil analisis regresi, persamaan ini selanjutnya akan menunjukkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 4. 7 Persamaan Regresi

Model Regresi	Persamaan Regresi	Nilai Koefisien	
I	$KEP = c + b1.PKL$	Koefisien PKL	0,600
II	$LO = c + b1.PKL + b2.KEP$	Koefisien PKL	0,250
		Koefisien KEP	0, 626

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi model I dan II sebagai berikut :

Regresi Model I

$$KEP = 0,600 PKL$$

Dengan :

KEP = kepuasan nasabah

PKL = Perspsi Kualitas Layanan

Interpretasi dari persamaan regresi dengan koefisien regresi 0,600 adalah bahwa peningkatan persepsi kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Regresi Model II

$$LO = 0,250 \text{ PKL} + 0,626 \text{ KEP}$$

Dengan :

LO = Loyalitas pelanggan

PKL= Persepsi Kualitas Layanan

KEP = kepuasan nasabah

Interpretasi dari persamaan regresi dengan koefisien regresi variabel PKL 0,250 adalah bahwa peningkatan persepsi kualitas layanan akan loyalitas. Dan koefisien regresi KEP 0,626 selanjutnya peningkatan kepuasan nasabah tanpa diikuti peningkatan persepsi kualitas layanan akan meningkatkan loyalitas nasabah.

e. Uji Pengaruh Simultan

Dalam analisis regresi, pada analisis regresi sederhana, uji F menunjukkan kelayakan model regresi yang dianalisis (goodness of fit model), sedangkan pada analisis regresi linear berganda, uji pengaruh simultan digunakan untuk menguji pengaruh simultan variable bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

Ho : Variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Ha : Variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Dengan taraf signifikan 0,05 maka Ho ditolak jika nilai signifikansi hasil pengujian $< 0,05$.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Pengaruh Simultan

Model Regresi	Persamaan Regresi	F hitung	p value
I	$KEP = c + b1.PKL$	77,776	0,000
II	$LO = c + b1.PKL + b2.KEP$	123,072	0,000

Berdasarkan hasil uji F pada table .6, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, oleh karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka disimpulkan bahwa model regresi I memiliki goodness of fit model yang baik. Selanjutnya, pada model regresi II, nilai signifikansi yang diperoleh juga $< 0,05$, sehingga Ho ditolak dan disimpulkan bahwa variabel persepsi kualitas layanan dan kepuasan nasabah bank secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

f. Koefisien Determinasi

Dalam analisis regresi, koefisien determinasi menunjukkan besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4. 9 Koefisien Determinasi

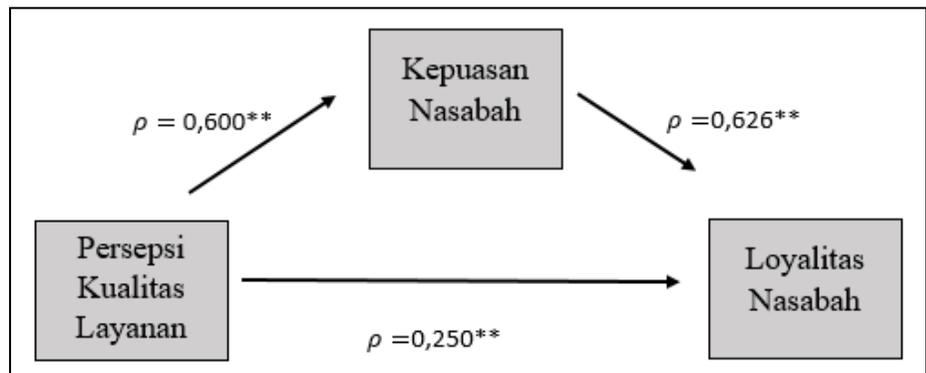
Model Regresi	Persamaan Regresi	Adjusted R Square
I	$KEP = c + b1.PKL$	0,356
II	$LO = c + b1.PKL + b2.KEP$	0,637

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi pada table 11, nilai koefisien determinasi pada model regresi I adalah sebesar 0,356, hal ini menunjukkan bahwa besar kontribusi yang diberikan variabel persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 35,6%, sedangkan sisanya sebanyak 64,4% variansi kepuasan nasabah dipengaruhi oleh factor lain di luar persepsi kualitas layanan. Selanjutnya, pada regresi model II, nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 0,637, hal ini menunjukkan bahwa besar kontribusi yang diberikan variabel persepsi kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 63,7% sedangkan sisanya sebesar 36,3% variansi loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh factor lain di luar persepsi kualitas layanan dan kepuasan nasabah

g. Analisis Jalur

Berdasarkan hasil analisis regresi pada kedua model regresi, diperoleh besar koefisien jalur variabel persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,600, sedangkan pada model regresi II, besar koefisien jalur persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,250 dan besar

koefisien jalur kepuasan nasabah terhadap loyalitas adalah sebesar 0,626. Dengan demikian, diperoleh hasil estimasi diagram jalur sebagai berikut :



Keterangan:

Tanda ** menunjukkan bahwa koefisien jalur signifikan pada tingkat kepercayaan 95%

Gambar 4. 2 Hasil Estimasi Model Analisis Jalur

h. Uji Sobel

Dalam analisis jalur, untuk menguji signifikansi peran variabel mediator dalam memediasi pengaruh tidak langsung variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilakukan dengan menggunakan uji Sobel. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

Ho : Kepuasan nasabah dapat memediasi pengaruh tidak langsung persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas

Ho : Kepuasan nasabah tidak dapat memediasi pengaruh tidak langsung persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas

Dalam pengujian ini, H_0 ditolak jika nilai p value hasil pengujian $< 0,05$ dan H_0 diterima jika nilai p value hasil pengujian $> 0,05$.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Sobel

Koefisien jalur dan Standar error	Nilai	T Statistik	P Value	Kesimpulan
<i>a</i>	0,600	12,545	0,000	Ho ditolak
<i>b</i>	0,626			
<i>sa</i>	0,031			
<i>sb</i>	0,038			

Berdasarkan hasil uji Sobel pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikan hasil pengujian sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah secara signifikan dapat memediasi pengaruh tidak langsung variabel persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank.

5. Pengujian Hipotesis

a. Hipotesis 1 : Persepsi Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank

Nilai signifikansi pengaruh variabel Persepsi Kualitas Layanan (PKL) terhadap loyalitas nasabah (LO) adalah sebesar 0,000 dengan T hitung bertanda positif sebesar 3,918 dan koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,250. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ dan koefisien regresi bertanda

positif maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah bank terhadap kualitas layanan bank, maka semakin tinggi loyalitas nasabah bank, begitu sebaliknya. Hal ini mendukung hipotesis 1 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 1 diterima.

b. Hipotesis 2 : Persepsi Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank

Nilai signifikansi pengaruh variabel Persepsi Kualitas Layanan (PKL) terhadap kepuasan nasabah (KEP) adalah sebesar 0,000 dengan T hitung bertanda positif sebesar 8,819 dan koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,600. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ dan koefisien regresi bertanda positif maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah bank terhadap kualitas layanan bank, maka semakin tinggi kepuasan nasabah bank, begitu sebaliknya. Hal ini mendukung hipotesis 2 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 2 diterima.

c. Hipotesis 3 : Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank

Nilai signifikansi pengaruh variabel kepuasan nasabah (KEP) terhadap loyalitas nasabah (LO) adalah sebesar 0,000 dengan T hitung bertanda positif sebesar 9,797 dan koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,626. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ dan koefisien regresi bertanda positif maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan nasabah bank terhadap kualitas layanan bank, maka semakin tinggi loyalitas nasabah bank, begitu sebaliknya. Hal ini mendukung hipotesis 3 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 3 diterima.

d. Hipotesis 4 : Kepuasan Nasabah bank dapat memediasi pengaruh tidak langsung variabel persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan hasil uji Sobel pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikan hasil pengujian sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah secara signifikan

dapat memediasi pengaruh tidak langsung variabel persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini mendukung hipotesis 4 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 4 diterima.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank

Nilai signifikansi pengaruh variabel Persepsi Kualitas Layanan (PKL) terhadap loyalitas nasabah (LO) adalah sebesar 0,000 dengan T hitung bertanda positif sebesar 3,918 dan koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,250. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ dan koefisien regresi bertanda positif maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah bank terhadap kualitas layanan bank, maka semakin tinggi loyalitas nasabah bank, begitu sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Archi Dubey dan Srivastava, (2016) yakni menggambarkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan dan positif pada manajemen hubungan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dari empat antecedent

kualitas layanan, tangibilitas dan jaminan memiliki dampak yang signifikan dan positif pada manajemen hubungan pelanggan, sedangkan tangibilitas memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Studi ini menunjukkan bahwa penyedia layanan harus berusaha keras untuk meningkatkan teknologi dan melayani pelanggan dengan peralatan modern.

2. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank

Nilai signifikansi pengaruh variabel Persepsi Kualitas Layanan (PKL) terhadap kepuasan nasabah (KEP) adalah sebesar 0,000 dengan T hitung bertanda positif sebesar 8,819 dan koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,600. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ dan koefisien regresi bertanda positif maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah bank terhadap kualitas layanan bank, maka semakin tinggi kepuasan nasabah bank, begitu sebaliknya.

Menurut jurnal penelitian dari Rajagopal Subashini (2016) disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menyediakan alat yang berguna untuk pelayanan bank-bank di seluruh

dunia. Temuan penelitian ini memiliki beragam implikasi potensial untuk pelanggan pedesaan dan perkotaan, bankir, pemerintah dan akademisi. Temuan ini juga memiliki implikasi besar bagi pelanggan untuk menginvestasikan uang mereka di bank asing, bank sektor publik dan swasta.

Temuan penelitian ini juga memperluas arahan kepada manajer bank untuk memperluas layanan penuh mereka kepada semua pelanggan tanpa memandang usia, komunitas, geografi dan kebutuhan pelanggan untuk diintegrasikan dengan faktor-faktor yang tidak sistematis. Ada tiga implikasi signifikan bagi praktisi akademis, manajer bank, dan peneliti - bahwa akan sangat berharga untuk memeriksa kembali temuan tinjauan ini menggunakan sampel yang lebih besar selama periode yang panjang.

Kehadiran kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di bank dapat bervariasi dalam konteks layanan perbankan lainnya termasuk layanan teknologi, layanan perbankan seluler, E-banking dan layanan pembagian digital dan sebagainya. pemeriksaan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan perbankan yang disediakan oleh semua bank di berbagai fase layanan keuangan perbankan dan inklusi keuangan merupakan bidang penelitian yang sangat penting.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank

Nilai signifikansi pengaruh variabel kepuasan nasabah (KEP) terhadap loyalitas nasabah (LO) adalah sebesar 0,000 dengan T hitung bertanda positif sebesar 9,797 dan koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,626. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ dan koefisien regresi bertanda positif maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan nasabah bank terhadap kualitas layanan bank, maka semakin tinggi loyalitas nasabah bank, begitu sebaliknya.

Pada dasarnya seorang konsumen pasti menginginkan pelayanan yang prima, dan jika pelayanan yang diterima oleh konsumen sesuai bahkan melebihi harapannya tentu dia akan merasa puas. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut jurnal penelitian dari Hana Šuster Erjavec 2014 dengan hasil menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mengarah ke loyalitas pelanggan.

4. Hipotesis 4 : Kepuasan Nasabah bank dapat memediasi pengaruh tidak langsung variabel persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan hasil uji Sobel pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikan hasil pengujian sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah secara signifikan dapat memediasi pengaruh tidak langsung variabel persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Ngo Vu Minh dan Nguyen Huan Huu dengan judul: *The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. 2016*. Hasil dari analisis tersebut menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan adalah anteseden penting dari kesetiaan pelanggan dan kepuasan pelanggan memediasi efek kualitas layanan pada loyalitas pelanggan. Penemuan ini menunjukkan bahwa ada adalah hubungan non-linear antara tiga konstruk dan menekankan perlunya memperlakukan pelanggan manajemen loyalitas sebagai proses yang mencakup banyak faktor yang berinteraksi satu sama lain.