

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK BRI KCP BOULEVARD KOTA MAKASSAR

Faradibah<sup>1</sup>, Andi Batary Citta<sup>2</sup>, Sukmatica Slamet<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen, STIM Lasharan Jaya Makassar

e-mail: <sup>1</sup>[dfara9959@gmail.com](mailto:dfara9959@gmail.com), <sup>2</sup>[citta2585@gmail.com](mailto:citta2585@gmail.com), <sup>3</sup>[sukmatica3@gmail.com](mailto:sukmatica3@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard. Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu; 1). Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard, 2). Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard, 3). Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden, pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan metode accidental sampling. Melalui teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner/angket, teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas sebagai uji prasyarat pada uji asumsi klasik, dan analisis data menggunakan regresi linear berganda, dengan uji t, uji f, dan uji r.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, begitupun secara simultan atau bersama-sama kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

**Kata kunci** : Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah

### Abstract

*This research aims to determine the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at Bank BRI Kcp Boulevard. The objectives to be achieved in this research are; 1). To determine and analyze the influence of service quality on customer loyalty at Bank BRI Kcp Boulevard, 2). To determine and analyze the influence of customer satisfaction on customer loyalty at Bank BRI Kcp Boulevard, 3). To determine and analyze the influence of service quality and customer satisfaction simultaneously on customer loyalty at Bank BRI Kcp Boulevard.*

*This research uses a quantitative method with a sample size of 98 respondents, sampling using nonprobability sampling with the accidental sampling method. Through data collection techniques in the form of distributing questionnaires/questionnaires, the data analysis techniques used are validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests as prerequisite tests for the classical assumption test, and data analysis using multiple linear regression, with the t test, f test, and r test.*

*The results of this research show that the variables of service quality and customer satisfaction partially have a positive and significant effect on customer loyalty, as well as simultaneously or together service quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty.*

**Keywords**: Service quality, customer satisfaction, customer loyalty

### PENDAHULUAN

Keberadaan lembaga perbankan sangat penting seiring dengan perkembangan zaman yang sangat modern. Dunia perbankan memegang peran penting didalam

masyarakat, terutama bagi masyarakat yang tinggal diperkotaan. Dengan persaingan dunia perbankan yang saat ini semakin pesat, sulit bagi bank untuk mempertahankan loyalitas nasabah agar tidak beralih ke lembaga keuangan lainnya. Dimana loyalitas nasabah ini merupakan hal yang sangat penting bagi bank, karena jika tidak ada nasabah maka bank tidak akan bertahan atau tidak dapat menjalankan aktivitas perbankan (Jeany, 2020).

Akibat semakin meningkatnya persaingan antar bank, maka bank semakin berlomba-lomba menarik nasabah dengan cara mengoptimalkan pelayanan dan kinerjanya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Meningkatkan pelayanan dan kinerja tentunya diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan meningkatkan loyalitas nasabah itu sendiri. Keuntungan suatu bank sepenuhnya berasal dari nasabah, sehingga hal ini menunjukkan bahwa bank akan fokus pada bagaimana cara mendapatkan lebih banyak nasabah untuk meningkatkan pangsa pasarnya (Sella Salim, 2023).

Isu penting bagi perusahaan saat ini adalah bagaimana menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka agar dapat terus bertahan dan berkembang. Upaya bank untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya memerlukan representasi positif dihadapan nasabah. Hal ini mendorong bank untuk memberikan pelayanan terbaik, tentunya harus memahami kebutuhan dan keluhan para nasabah serta menawarkan produk atau jasa sebagai strategi untuk menarik dan mempertahankan nasabah tersebut. Penelitian (Karnia E. Sigar, 2020) juga mengungkapkan bahwa untuk tetap eksis, bank harus berupaya untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah agar tujuan perusahaan dalam mencapai keuntungan maksimal dapat terpenuhi.

Loyalitas nasabah merupakan suatu kondisi yang diinginkan oleh setiap perusahaan, khususnya perusahaan jasa seperti perbankan. Loyalitas nasabah yang tinggi dapat menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan (Muhammad Zakiy, 2017). Loyalitas tidak bisa tumbuh begitu saja dalam diri seorang nasabah, loyalitas pada nasabah akan tercipta pada saat nasabah merasakan kualitas layanan yang diberikan oleh pelaku usaha dan kepercayaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan serta kepuasan terhadap produk atau jasa sesuai dengan harapan nasabah. (Riananda, 2019) Loyalitas nasabah memegang peranan penting dalam suatu perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan, dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan, itulah alasan utama mengapa suatu perusahaan menarik dan mempertahankan mereka Untuk menjaga loyalitas nasabah, tentunya perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas seperti kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan adalah salah satu variabel yang dibutuhkan untuk mencapai loyalitas nasabah. Kualitas adalah kunci untuk memenangkan persaingan dipasar, Jika perusahaan dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, maka telah membangun salah satu landasan untuk membangun loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan telah menjadi faktor yang sangat dominan dalam keberhasilan organisasi profit maupun non profit. Sebab ketika pelanggan atau konsumen merasa kualitas pelayanan yang ditawarkan baik atau sesuai harapan, maka mereka akan merasa puas, percaya diri dan berkomitmen menjadi nasabah (Afifah, 2017). Kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau lembaga yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau karyawan. Pada prinsipnya kualitas pelayanan menitikberatkan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi harapan pelanggan, menurut Kasmir (2017).

Jika kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka konsumen akan merasa puas dan cenderung akan membeli kembali produk atau jasa yang sama lagi di kemudian hari. Hasil penelitian (Susanto & Subagja, 2019) mengatakan bahwa dengan adanya peningkatan kualitas layanan yang baik akan diikuti dengan meningkatnya tingkat kepuasan dari nasabah, hal tersebut juga akan meningkatkan loyalitas dari nasabah. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

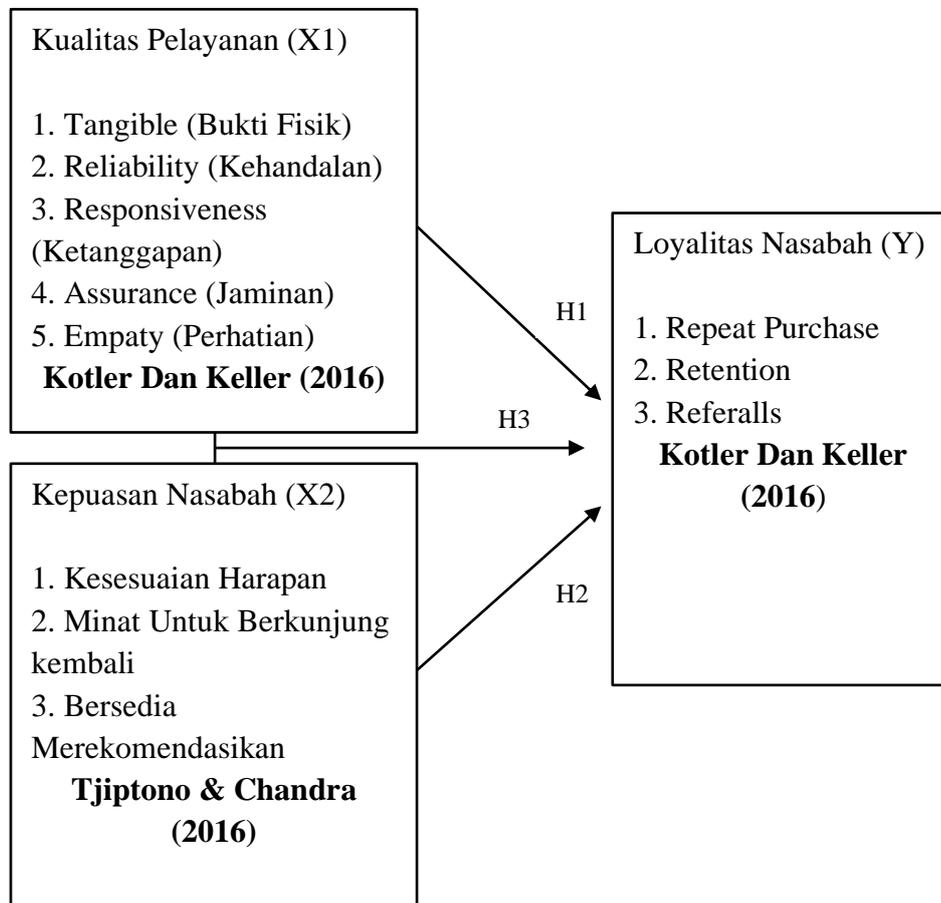
Selain kualitas pelayanan variabel lain yang dibutuhkan dalam mencapai loyalitas nasabah adalah kepuasan. Kepuasan nasabah merupakan salah satu aspek krusial bagi perusahaan perbankan, terutama dalam hal kelangsungan hidup perusahaannya, untuk memastikan mereka dapat terus menggunakan layanannya. Nasabah yang puas cenderung lebih mungkin setia terhadap produk atau layanan. Oleh karena itu, menjaga tingkat kepuasan nasabah dapat berkontribusi secara positif terhadap pembentukan dan pemeliharaan loyalitas nasabah. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang yang menunjukkan kinerja produk atau jasa yang diterima dari hasil perbandingan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi kelangsungan bisnis karena hal ini adalah elemen penting yang harus berhasil dilakukan bank untuk mempertahankan nasabahnya.

Kepuasan nasabah dapat dilihat dari segi kualitas pelayanan bagian frontliner seperti, *customer service*, *teller*, *security*, dan *marketing* karena bagian tersebut yang menghadapi nasabah secara langsung. Kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan nasabah adalah elemen yang berkaitan untuk mencapai loyalitas nasabah.

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan antar bank, manajemen perbankan harus memperhatikan kepuasan dan ketidakpuasan nasabah. Penelitian (Afif Fakhri Pahlevi, 2021) menyatakan bahwa menjaga dan memperhatikan kepuasan nasabah merupakan salah satu cara untuk mempertahankan loyalitasnya, dengan memberikan perhatian serta informasi yang jelas dan ramah dapat meningkatkan loyalitas. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Atau biasa disingkat dengan Bank BRI Merupakan salah satu badan usaha milik negara yang terbesar di Indonesia. Bank BRI menjadi salah satu bank yang paling banyak digunakan masyarakat untuk melakukan simpan pinjam maupun transaksi lainnya. Dengan banyaknya nasabah baru yang datang dengan karakter yang berbeda-beda serta tingkat pendidikan yang berbeda menimbulkan kesulitan dalam mewujudkan suatu sistem pelayanan yang dapat memuaskan nasabah, serta dengan tingkat persaingan antar bank yang semakin ketat mendorong Bank BRI khususnya BRI Kantor Cabang Pembantu Boulevard untuk harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga diharapkan nasabah akan mendapat kepuasan dan pada akhirnya nasabah akan loyal, karena mempertahankan loyalitas nasabah adalah kunci keberhasilan bisnis dan salah satu aset penting yang harus dipertahankan perusahaan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin tinggi kepuasan yang di rasakan nasabah maka kemungkinan besar akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard

H2 : Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard

H3 : Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Kcp Boulevard Kota Makassar jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitati. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu hasil dari penyebaran kuesioner yang berisikan pertanyaan yang berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 5.734 nasabah. Adapun jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 98 sampel/responden, jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin,

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode accidental sampling. Accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan/aksidental, yaitu siapa saja nasabah yang datang pada bank tersebut dan secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan alat bantu program *statistical package for the social sciences* (SPSS) IBM Versi 23.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Item	r tabel	r hitung	Keterangan
X1.1	0.198	0.683	Valid
X1.2	0.198	0.674	Valid
X1.3	0.198	0.736	Valid
X1.4	0.198	0.746	Valid
X1.5	0.198	0.760	Valid
X1.6	0.198	0.589	Valid
X1.7	0.198	0.614	Valid
X1.8	0.198	0.720	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (X2)

Item	r tabel	r hitung	Keterangan
X2.1	0.198	0.777	Valid
X2.2	0.198	0.803	Valid
X2.3	0.198	0.753	Valid
X2.4	0.198	0.688	Valid
X2.5	0.198	0.740	Valid
X2.6	0.198	0.742	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Y.1	0.198	0.791	Valid
Y.2	0.198	0.790	Valid
Y.3	0.198	0.833	Valid
Y.4	0.198	0.865	Valid

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1), variabel kepuasan nasabah (X2), dan variabel loyalitas nasabah (Y) diperoleh hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dengan demikian semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid.

##### Uji Reliabilitas

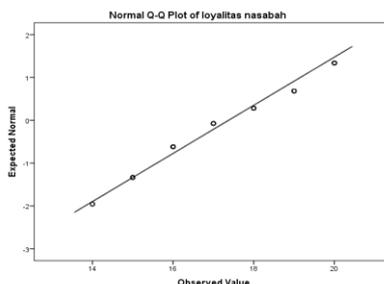
Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of items	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	8	0.841	Reliabel
Kepuasan Nasabah	6	0.843	Reliabel
Loyalitas Nasabah	4	0.836	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's alpha* > 0,60. Hal ini berarti semua item pernyataan dapat dikatakan handal atau reliabel.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar mengikuti garis diagonal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

**Uji Multikolinearitas**

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

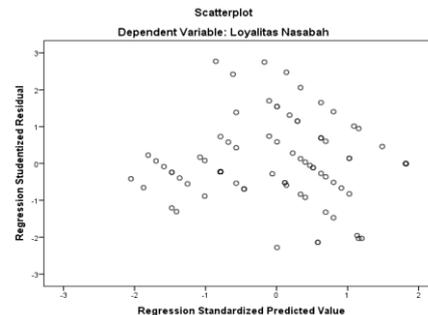
Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	1.172	1.261		.930	.355		
	Kualitas Pelayanan	.160	.057	.265	2.780	.007	.395	2.530
	Kepuasan Nasabah	.415	.067	.587	6.148	.000	.395	2.530

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data diolah dengan SPSS 23, 2024

Berdasarkan pada tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada setiap variabel sebesar 0.395 atau  $> 0.10$  dan nilai *VIF* setiap variabel sebesar 2.530 atau  $< 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan korelasi antar variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada gambar 4.3 dapat di ketahui bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak membentuk pola tertentu serta tidak berkumpul hanya di satu titik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

### Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.172	1.261		.930	.355
	Kualitas Pelayanan	.160	.057	.265	2.780	.007
	Kepuasan Nasabah	.415	.067	.587	6.148	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data diolah dengan SPSS 23, 2024

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 1.172 + 0.160 X_1 + 0.415 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas menunjukkan bahwa :

1. Jika nilai dari variabel  $X_1$  (kualitas pelayanan) dan variabel  $X_2$  (kepuasan nasabah) adalah konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel  $Y$  (loyalitas nasabah) adalah 1.172
2. Nilai koefisien  $X_1$  (kualitas pelayanan) sebesar 0.160, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap variabel

loyalitas nasabah. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1% maka loyalitas nasabah akan bertambah 0.160

3. Nilai koefisien X2 (kepuasan nasabah) sebesar 0.415, menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif terhadap variabel loyalitas nasabah. Artinya jika kepuasan nasabah meningkat 1% maka loyalitas nasabah akan bertambah 0.415

## Uji Hipotesis

### Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.172	1.261		.930	.355
	Kualitas Pelayanan	.160	.057	.265	2.780	.007
	Kepuasan Nasabah	.415	.067	.587	6.148	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data diolah dengan SPSS 23, 2024

Berdasarkan uji-t pada tabel di atas, menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung > t tabel dan nilai signifikansi pada variabel ini sebesar  $0.007 < 0.05$ , artinya secara individual variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Untuk variabel kepuasan nasabah memiliki nilai t hitung > t tabel dan nilai signifikansi pada variabel ini sebesar  $0.000 < 0.05$ , artinya secara individual variabel kepuasan nasabah (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

Berdasarkan dari data yang diperoleh, variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y), dengan ini hipotesis pertama dan kedua yang diajukan dapat diterima.

### Uji Simultan (Uji f)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201.901	2	100.950	91.223	.000 <sup>b</sup>
	Residual	105.130	95	1.107		
	Total	307.031	97			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan Simultan (Uji F)

Sumber : Data diolah dengan SPSS 23, 2024

Berdasarkan uji f pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai f hitung > f tabel dengan nilai  $91.223 > 3.09$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0.05$ . Maka diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y), dengan ini hipotesis ketiga yang diajukan dapat diterima.

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

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 <sup>a</sup>	.658	.650	1.052

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data diolah dengan SPSS 23, 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) memiliki nilai sebesar 0.658 yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah sebesar 65,8% sedangkan sisanya 34,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti

### Pembahasan

#### Pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada hipotesis pertama, maka diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana dapat diketahui dengan melihat nilai t hitung sebesar  $2.780 > t$  tabel  $1.665$  dan signifikansi  $0.007 < 0.05$  berarti secara parsial terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

Hal ini dapat terlihat bahwa hasil penelitian menyatakan bahwa Bank BRI Kcp Boulevard telah memberikan kualitas pelayanan yang baik dari segi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, melihat banyak dari tanggapan responden yang

mengatakan sangat setuju dan setuju pada pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian yang telah diajukan. Dimana jika semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Susanto dan Subagja, Dessy Sere dan Rulan L Manduapessy), mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Tjiptono (2017), kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan dan akan mendorong terciptanya loyalitas nasabah.

#### **Pengaruh kepuasan nasabah (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y)**

Berdasarkan hasil uji t pada hipotesis kedua, maka diketahui bahwa variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana dapat diketahui dengan melihat nilai t hitung sebesar  $6.148 > t$  tabel 1.665 dan signifikansi  $0.000 < 0.05$  berarti secara parsial terdapat pengaruh antara variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Hal ini dapat terlihat bahwa hasil penelitian menyatakan bahwa Bank BRI Kcp Boulevard telah dapat menciptakan kepuasan kepada nasabahnya dari segi kesesuaian harapan, berminat untuk berkunjung kembali, dan bersedia merekomendasikan, melihat banyak dari tanggapan responden yang mengatakan sangat setuju dan setuju pada pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian yang telah diajukan. Menjaga dan memperhatikan kepuasan nasabah merupakan salah satu cara untuk mempertahankan loyalitasnya, dengan memberikan perhatian serta informasi yang jelas dan ramah dapat meningkatkan loyalitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Afif Fakhri Pahlevi 2021), menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Lupiyoadi (2016), yang menyatakan pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya.

#### **Pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y)**

Berdasarkan hasil uji f yang dilakukan, maka diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana dapat diketahui dengan melihat nilai f hitung sebesar  $91.233 > f$  tabel 3.09 dan signifikansi  $0.000 < 0.05$  berarti secara simultan atau secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Jadi, dari penelitian ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana pada variabel kualitas pelayanan terdiri dari indikator: *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empaty*. Variabel kepuasan nasabah terdiri dari indikator: kesesuaian harapan, minat untuk berkunjung kembali, dan bersedia merekomendasikan. Sedangkan variabel loyalitas nasabah terdiri dari indikator: *repeat purchase, retention*, dan *referalls*

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jeany dan Adhe Lina Riananda) mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas tidak bisa tumbuh begitu saja dalam diri seorang nasabah, loyalitas pada nasabah akan tercipta pada saat nasabah merasakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha dan

kepercayaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan serta kepuasan terhadap produk atau jasa sesuai dengan harapan nasabah.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard. Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan di atas maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada hipotesis pertama, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji data yang telah dilakukan menggunakan program SPSS versi 23.0 diperoleh hasil t hitung > t tabel dan signifikansi < 0,05 yang artinya secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan pada variabel kualitas pelayanan adalah *tangibles* (bukti fisik), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empaty* (perhatian).
2. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada hipotesis kedua, dapat diketahui bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji data yang dilakukan menggunakan program SPSS 23 diperoleh hasil t hitung > t tabel dan signifikansi < 0,05 yang artinya secara parsial kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan pada variabel kepuasan nasabah adalah kesesuaian harapan, minat untuk berkunjung kembali, dan bersedia merekomendasikan.
3. Berdasarkan uji simultan (uji f) pada hipotesis ketiga, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kcp Boulevard. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji data yang telah dilakukan menggunakan program SPSS versi 23.0 diperoleh hasil f hitung > f tabel dan signifikansi < 0,05 yang artinya secara simultan atau secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dalam penelitian ini variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kepuasan nasabah (X2).

### **SARAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian, uraian pembahasan serta kesimpulan, adapun saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian agar dapat memperoleh hasil yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, serta dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan lebih jelas dari penelitian sebelumnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afif Fakhri Pahlevi, S. N. (2021). The Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction Towards Customer Loyalty At Bank Mega Syariah Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 315

- Afifah, A. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)*. Palembang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah.
- Dessy Sere, R. L. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Grand Tembaga Di Kota Timika. *Jebiman*.
- Jeany. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa*. Batam: Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora:Universitas Putera Batam.
- Karnia E. Sigar, S. D. (2020). Analisis Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Pt.Pegadaian Upc. Unsrat Manado. *Jurnal Emba*, 990.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education.
- Lupiyoadi Rambat, H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi. R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad Zakiy, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 27.
- Puteri Herlanies Susanto, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 69.
- Riananda, A. L. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo*. Ponorogo: Jurusan Perbankan Syariah,Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam:Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Sella Salim, F. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sinarmas Palembang. *Mdp Student Conference (Msc)*, 305.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2016). *Service, Quality Dan Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 3*. Yogyakarta: C.V Andi Offset