



## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar Dalam Situasi Pandemi Covid-19

I Putu Agus Suwastawa<sup>1</sup>  
Octavianus Sumardana Pratama<sup>2</sup>  
Ni Kadek Ari Arianti<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis<sup>1,2,3</sup>  
Universitas Ngurah Rai<sup>1,2,3</sup>  
email: [agussuwastawa24@gmail.com](mailto:agussuwastawa24@gmail.com)

### ABSTRAK

Adanya loyalitas nasabah untuk perusahaan sangatlah penting. Keberhasilan mencapai tujuan tersebut di tentukan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah antara lain kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Begitu juga pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar. Bila kualitas pelayanan tersebut di mata nasabah baik, maka akan menyebabkan tingginya loyalitas nasabah. Demikian pula jika nasabah puas terhadap pelayanan yang diterima, kemungkinan akan melakukan transaksi ulang. Sehingga makin nasabah merasa puas maka loyalitas nasabah juga akan semakin tinggi. Adanya perhatian dan temuan mengenai permasalahan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah sesuai dengan tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19. Pengambilan sampel, dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* sebanyak 96 orang responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, metode kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

### ABSTRACT

*The existence of customer loyalty to the company is very important. The success of achieving these goals is determined by various factors that influence customer loyalty, including service quality and customer satisfaction. Likewise at PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar. If the quality of service in the eyes of customers is good, it will lead to high customer loyalty. Likewise, if the customer is satisfied with the service received, it is likely to re-transaction. So that the more satisfied customers are, the higher customer loyalty will be. There are concerns and findings regarding problems regarding service quality and customer satisfaction in an effort to increase customer loyalty in accordance with the purpose of this study to determine the positive and significant influence*

*simultaneously and partially between service quality and customer satisfaction on customer loyalty at PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar in the Covid-19 pandemic situation. Sampling was done by using purposive sampling as many as 96 respondents. Data collection methods used are observation, interviews, questionnaire methods and literature study. The data analysis technique used is quantitative analysis and qualitative analysis. The results showed that there was a simultaneous positive and significant effect between service quality and customer satisfaction on customer loyalty at PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar in the Covid-19 pandemic situation.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi dewasa ini semakin mengarah pada persaingan ketat khususnya untuk perusahaan sejenis. Oleh karena itu keadaan ini mengakibatkan perusahaan setiap kali harus mengikuti perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya. Salah satunya adalah bidang perbankan. Peranan bank dalam perekonomian suatu Negara, begitu penting bagi kegiatan ekonomi, dapat dikatakan bahwa bank sebagai darahnya perekonomian suatu Negara. Oleh karena itu kemajuan suatu bank di suatu Negara dapat dijadikan ukuran kemajuan Negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu Negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan Negara tersebut (Kasmir, 2012).

Cepatnya perkembangan dan perubahan dunia usaha menuntut perusahaan untuk dapat merespon perubahan-perubahan yang terjadi tersebut dengan cepat dan tepat. Perusahaan dituntut untuk memiliki suatu keunikan yang dapat memikat konsumen dalam rangka mempertahankan atau merebut pangsa pasar yang ada. Ketidakkampuan perusahaan merespon persaingan atau kondisi pasar yang ada secara tepat dapat menurunkan loyalitas konsumen bahkan dapat mengakibatkan konsumen berpindah keperusahaan lain. Tanpa adanya loyalitas dari konsumen, perusahaan tidak akan berkembang dengan baik, bahkan dapat mengalami penurunan usaha yang bisa mengancam eksistensi perusahaan tersebut. Isu penting yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitas konsumennya, agar dapat terus bertahan dan berkembang (Arimbawa, 2019).

Loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di era kompetisi bisnis seperti saat ini. Menurut Barati *et. al.*, (2016) loyalitas konsumen adalah keadaan psikologis yang terdiri dari adanya hubungan emosional yang mengarah ke hubungan mendalam dari anggota dengan perusahaan yang menyediakan layanan jasa atau produk. Membangun loyalitas konsumen bukanlah sesuatu perkara yang mudah untuk dilakukan dengan proses yang instant. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Nelly, dkk., (2019), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Tumini dan Kustiawan (2019), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Bukopin Probolinggo.

Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan harapan utama dari tujuan konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan. Umumnya para konsumen bersifat terbuka dan ada kecenderungan untuk minta dilayani dengan ramah, tepat pada sasaran dan cepat (Sinungan, 2015). Konsumen yang merasa puas akan cenderung melakukan *word of mouth* yang positif dalam lingkungan sosial dan sebaliknya konsumen yang tidak puas akan cenderung melakukan *word of mouth* yang negatif. Beberapa konsumen memilih untuk tidak komplain secara langsung kepada

perusahaan, namun lebih kepada menginformasikan *word of mouth* yang negatif mengenai perusahaan kepada teman, kerabat, dan para pekerja (Zeithaml dan Valerie, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Jeany (2020), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa. Penelitian oleh Hilda, dkk., (2020), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*) merupakan suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan (Swasta dan Irawan, 2016). Pengaruh yang signifikan dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Tumini dan Kustiawan (2019), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Bukopin Probolinggo. Penelitian ini didukung oleh Hilda, dkk., (2020), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar, sebagai salah satu lembaga kepercayaan masyarakat harus mampu mempertahankan serta meningkatkan loyalitas nasabah dalam situasi pandemi Covid-19 melalui kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan hal penting yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Apalagi di tengah-tengah persaingan lembaga keuangan yang semakin pesat, PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dituntut untuk tetap meningkatkan loyalitas nasabahnya.

Perkembangan jumlah nasabah tabungan, deposito dan kredit setiap tahunnya mengalami kenaikan. Namun di tahun 2020 terjadinya penurunan yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Selain itu, penurunan jumlah anggota disebabkan berkurangnya loyalitas anggota terhadap PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar. Penurunan loyalitas nasabah ini disebabkan karena kurang loyalnya nasabah terhadap PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar. Ini dilihat dari nasabah yang kurang memberikan informasi tentang produk PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar kepada orang lain serta kurang mempromosikan produk PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar kepada keluarga, teman dan kerabat. Berdasarkan pengamatan di lapangan bahwa menurunnya loyalitas nasabah ini diakibatkan oleh banyaknya faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, diantaranya masalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

Menyadari pentingnya kualitas pelayanan, maka hal ini perlu diterapkan pada perusahaan yang bergerak di bidang lembaga keuangan, tepatnya pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dituntut untuk tetap memberikan pelayanan/*service* yang sebaik-baiknya kepada setiap nasabahnya. Selain hasil wawancara yang dilakukan dengan nasabah, dapat diketahui pelayanan yang dirasakan nasabah belum memuaskan, seperti fasilitas fisik yang belum memadai, karyawan kurang handal dalam menangani masalah nasabah, karyawan kurang sigap dalam merespon keluhan dan keinginan nasabah, karyawan kurang memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam bidang perbankan, serta karyawan belum dapat memahami keinginan dari nasabah saat melakukan transaksi.

Sedangkan berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah, menurunnya kepuasan nasabah PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar disebabkan karena masih adanya keraguan dari nasabah untuk bertransaksi ke PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar, nasabah jarang mereferensikan PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar kepada teman ataupun kerabatnya, nasabah kurang puas terhadap karyawan karena karyawan kurang cepat tanggap dalam menindak lanjuti keluhan nasabah terkait pelayanan, serta keluhan dari nasabah tidak ditangani dengan segera.

Penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti. Namun dari penelitian-penelitian tersebut masih terdapat *gap research* yang ditemukan. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian oleh Nelly, dkk.,

(2019), kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian-uraian permasalahan di atas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar Dalam Situasi Pandemi Covid-19”.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

H<sub>2</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

H<sub>3</sub> : Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

a. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

b. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

c. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

Sedangkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

a. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19?

b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19?

c. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19?

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar yang beralamat di Jalan Raya Buruan, Desa Buruan, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar. Sedangkan obyek penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel, yaitu : Variabel bebas terdiri dari Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Kepuasan Nasabah (X<sub>2</sub>) serta Variabel terikat terdiri dari Loyalitas Nasabah (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar pada tahun 2020 yang berjumlah 2.139 orang nasabah. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang nasabah. Adapun pengambilan sampelnya adalah secara *purposive sampling* yaitu menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu agar data yang diperoleh lebih representative (Sugiyono, 2015). Berarti responden yang diambil sebagai sampel adalah seluruh nasabah yang diambil secara acak dengan menetapkan kriteria yaitu nasabah yang berdomisili di wilayah Kabupaten Gianyar dan melakukan transaksi pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19. Berdasarkan jenisnya data yang digunakan dalam penelitian ini digolongkan menjadi data kuantitatif dan data kualitatif. Berdasarkan sumbernya

data yang digunakan dalam penelitian ini digolongkan menjadi data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data adalah observasi, wawancara, metode kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan antara lain Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Determinasi, Analisis Statistik Uji F (F-test) dan Analisis Statistik Uji t (t-test).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r_{\text{hitung}}$  (*correlated item-total correlation*) dengan nilai  $r_{\text{tabel}}$ , jika  $r_{\text{hitung}} >$  dari  $r_{\text{tabel}}$  (pada taraf signifikansi 5%) maka pernyataan tersebut dinyatakan *valid*. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah memiliki nilai koefisien korelasi dengan skor total seluruh item pernyataan lebih besar dari 0,1689. Hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dalam instrument penelitian tersebut *valid* dan layak digunakan sebagai instrument penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kekonsistenan jawaban responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mengukur variabel kualitas pelayanan dan loyalitas anggota. Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,6. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan *reliabel*. Artinya semua jawaban responden sudah konsisten dalam menjawab setiap item pertanyaan yang mengukur masing-masing variabel. Variabel tersebut meliputi kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik atau persamaan regresi berganda yang digunakan. Pengujian ini terdiri atas uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 1**

#### Hasil Pengujian Multikolinieritas

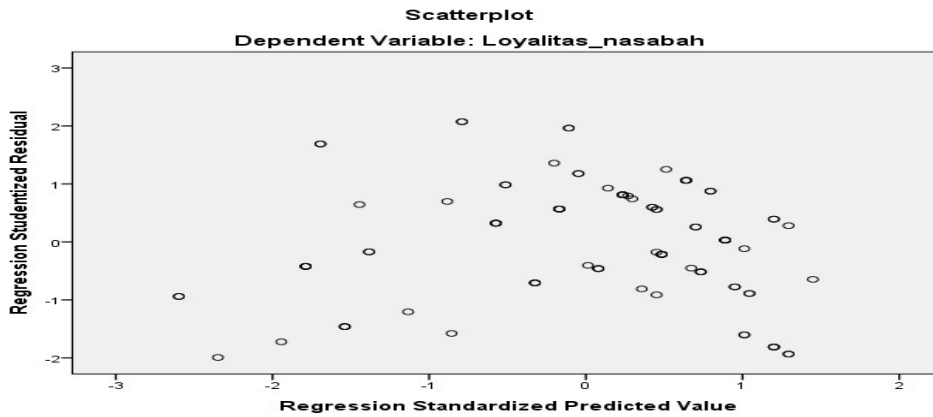
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Linearity Statistics	
	Tolerance	VIF
loyalitas_pelayanan	0,526	1,920
kepuasan_nasabah	0,526	1,920

Dependent Variable: Loyalitas\_nasabah

Sumber : Lampiran 10 (data diolah, tahun 2021)

Dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena syarat untuk tidak terjadi multikolonieritas sudah dipenuhi yakni nilai *tolerance*  $>$  0,655 atau sama dengan nilai VIF  $<$  1,526. Hasil pengujian heterokedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:



Sumber : Lampiran 10 (data diolah, 2021)

**Gambar 1**

**Hasil Pengujian Heterokedastisitas**

Berdasarkan tampilan pada *scatter plot* terlihat bahwa *plot* menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka sumbu *regression studentized residual*. Oleh karena itu berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafik, pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut.

**Tabel 2**

**Hasil Pengujian Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		standardized Residual
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.7
	Standard Deviation	.5410134
Most Extreme Differences	Positive	.5
	Negative	-.2
	z	1.6
Kolmogorov-Smirnov Z		.5
Asymp. Sig. (2-tailed)		.2

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Lampiran 10 (data diolah, tahun 2021)

Besarnya nilai *kolmogorov smirnov* yaitu sebesar 0,846. Hasil *Asym. Sig* diperoleh sebesar 0,472 hasil ini dibandingkan dengan probabilitas 0,472 maka lebih besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi secara normal.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program *SPSS version 22.0 for windows* dan selanjutnya diringkas sebagai berikut:

**Tabel 3**

#### Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Variabel	Standardized Coefficients	
	B	Standard Error
Konstanta	4,118	0,36
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,255	0,055
Kepuasan Nasabah ( $X_2$ )	0,409	0,070

Sumber : Lampiran 11 (data diolah, tahun 2021)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi linier berganda adalah  $Y = 4,118 + 0,255(X_1) + 0,409(X_2)$ , sehingga memberikan informasi bahwa:

- 1)  $a = 4,118$  artinya bahwa apabila tidak ada perhatian terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah atau nilainya adalah konstan, maka loyalitas nasabah adalah sebesar rata-rata 4,118.
- 2)  $b_1 = 0,255$  artinya apabila variabel kepuasan nasabah ( $X_2$ ) dianggap konstan, maka meningkatnya skor kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya loyalitas nasabah sebesar rata-rata 0,255.
- 3)  $b_2 = 0,409$  artinya apabila variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dianggap konstan, maka meningkatnya skor kepuasan nasabah ( $X_2$ ) sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya loyalitas nasabah sebesar rata-rata 0,409.

Jadi dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

### Analisis Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi/sumbangan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah yang dinyatakan dalam persentase. Adapun hasil pengujian determinasi berdasarkan hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4**

#### Model Summary

Model	R	R Square
1	0,769	0,591

Sumber : Lampiran 11 (data diolah, tahun 2021)

Berdasarkan Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa besarnya nilai  $R Square = 0,591$  maka nilai determinasi adalah sebesar  $D = 59,10\%$ . Hal ini berarti bahwa besarnya kontribusi/sumbangan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar adalah sebesar 59,10% sedangkan sisanya sebesar 40,90% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak di bahas.

### Analisis Statistik Uji F (F-test)

Analisis ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan nasabah ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel terikat loyalitas nasabah ( $Y$ ). Adapun hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F (F-test) dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut ini:

**Tabel 5**

#### Hasil Uji Signifikansi Simultan (F-test) pada Tabel Anova

Model			Signifikan
	Regresi	67,137	,000
	Sidual		
	Total		

Sumber : Lampiran 11 (data diolah, tahun 2021)

Berdasarkan hasil analisis dan gambaran di atas menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 67,137 lebih besar dari pada nilai  $F_{tabel} = 3,09$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

### Analisis Statistik Uji t (t-test)

Analisis statistik uji t ( $t_{test}$ ) digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah pengaruh yang positif dan signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan saja. Adapun hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t ( $t_{test}$ ) dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

**Tabel 6**

#### Hasil Uji Signifikansi Parsial (t-test)

Model			Signifikan
konstanta			
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	4,635		,000
Kepuasan Nasabah ( $X_2$ )	5,877		,000

Sumber : Lampiran 11 (data diolah, tahun 2021)

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai  $t_{1-hitung}$  diperoleh sebesar 4,635 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,661. Ternyata nilai  $t_{1-hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  atau  $t_{1-hitung} = 4,635 > t_{tabel} = 1,661$ . Maka kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

Sedangkan nilai  $t_{2-hitung}$  diperoleh sebesar 5,877 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,661. Ternyata nilai  $t_{2-hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  atau  $t_{2-hitung} = 5,877 > t_{tabel} = 1,661$ . Maka kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.



## **Interprestasi Hasil Penelitian**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di uji secara simultan terhadap loyalitas nasabah menghasilkan uji  $F_{hitung}$  sebesar  $67,137 > F_{tabel}$  3,09 dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan data diatas, bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

Berdasarkan pembahasan diatas bahwa hipotesis pertama atau  $H_1$  dalam penelitian ini diterima yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

Dari hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan angka *R Square* 0,591 atau 59,10% yakni berarti variasi variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, sisanya 40,90% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian.

Berdasarkan analisa dan data-data diatas menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19, serta dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama atau  $H_1$  dalam penelitian ini diterima. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nelly, dkk., (2019), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Tumini dan Kustiawan (2019), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Bukopin Probolinggo.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan di uji secara parsial terhadap loyalitas nasabah menghasilkan uji  $t_{hitung}$  sebesar  $4,635 > t_{tabel}$  1,661 dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan data diatas, bahwa dalam penelitian ini ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

Berdasarkan pembahasan diatas bahwa hipotesis kedua atau  $H_2$  dalam penelitian ini diterima yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jeany (2020), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa. Penelitian oleh Hilda, dkk., (2020), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah di uji secara parsial terhadap loyalitas nasabah menghasilkan uji  $t_{hitung}$  sebesar  $5,877 > t_{tabel}$   $1,661$  dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan data diatas, bahwa dalam penelitian ini ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

Berdasarkan pembahasan diatas bahwa hipotesis ketiga atau  $H_3$  dalam penelitian ini diterima yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tumini dan Kustiawan (2019), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Bukopin Probolinggo. Penelitian ini didukung oleh Hilda, dkk., (2020), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah, maka hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19 diterima.
- b. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19 diterima.
- c. Kepuasan nasabah mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar dalam situasi pandemi Covid-19 diterima

### **SARAN**

Berdasarkan simpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian ini maka dapat diberikan saran-saran yang kiranya bermanfaat bagi PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar, sebagai berikut:

- a. Berdasarkan tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan, yaitu Karyawan handal dalam menangani masalah nasabah mendapatkan skor terendah. Untuk itu hendaknya perusahaan meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal dalam menangani masalah nasabah agar dapat sesuai dengan harapan nasabah. Misalnya dengan mengadakan pelatihan-pelatihan perbankan yang dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan.
- b. Berdasarkan tanggapan responden mengenai variabel kepuasan nasabah, yaitu Mereferensikan PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar kepada nasabah lain mendapatkan skor terendah. Untuk itu hendaknya pimpinan dan seluruh karyawan PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga nasabah merasa puas dan merekomendasikan PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar sebagai salah satu lembaga keuangan terpercaya kepada kerabat dekatnya.

- c. Berdasarkan tanggapan responden mengenai variabel loyalitas nasabah, yaitu Memberikan informasi tentang suatu produk kepada orang lain menjadi hal yang lumrah ketika puas terhadap produk tersebut mendapatkan skor terendah. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, hendaknya PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabahnya agar nasabah bersedia memberikan informasi mengenai produk PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar ini kepada keluarga, kerabat dan temannya.
- d. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti mengenai loyalitas nasabah diharapkan menambahkan variabel lain sehingga loyalitas nasabah semakin terjelaskan.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Ni Putu Tirka Widanti, MM.,M.Hum. selaku Rektor Universitas Ngurah Rai Denpasar.
2. Ibu Dr. Ade Maharini Adiandari, S.Sos.,M.M.,CFP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai Denpasar.
3. Ibu Luh Putu Virra Indah Perdanawati, SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CFP selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai Denpasar.
4. Bapak Dr. I Made Kartika, SE.,M.MA, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai Denpasar.
5. Bapak I Putu Agus Suwastawa, SE.,MM sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu memberikan saran, petunjuk dan bimbingan yang sangat berharga sejak mulai persiapan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
6. Bapak I Made Sumartana, SE.M.Si dan Ibu Ni Putu Yuliana Ria Sawitri, SE.,MM selaku Dosen Penguji I dan II yang telah memberikan saran-saran dan masukan sehingga lebih sempurna skripsi ini.
7. Ibu Ni Nyoman Sudiyani, SE.,MM.,Ak. selaku Pembimbing Akademis yang telah banyak meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan selama penulis mengikuti pendidikan di bangku kuliah.
8. Pimpinan beserta karyawan PT. BPR Mas Giri Wangi Gianyar yang telah banyak membantu penulis dalam pengumpulan data guna menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mendidik penulis sehingga mampu menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai Denpasar.
10. Seluruh karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai Denpasar, yang telah banyak membantu dalam urusan administrasi selama penulis mengikuti studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai Denpasar.
11. Kedua orang tuaku yang sangatku hormati dan kakakku tersayang yang telah mendukung baik moral maupun material serta do'a yang tak henti-hentinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
12. Rekan-rekan mahasiswa dan sahabat-sahabat penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, bantuan dan perhatiannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

## REFERENSI

- Arimbawa. (2019). Pengaruh Promosi Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Peningkatan Tabungan Arisan Kanti Utama Pada PT. BPR Sukawati Pancakanti Cabang Pembantu Di Kabupaten Gianyar. *Skripsi*. Denpasar: Universitas Ngurah Rai Denpasar.
- Barati, M., Jafari, D., Moghaddam, S.S., (2016). Investigating the Effect of Types of Relationship Marketing in Customer Loyalty by using Structural. Equation Modeling (SEM) (Case Study Mellat Bank Branches of Tehran. *International Journal of Humanities and Cultural Studies (IJHCS)*. Vol. 2.
- Basu Swasta dan Irawan. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Hilda, dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen CV. Saga Selaras Pratama. *Channel Jurnal Komunikasi*. Vol.8, No.1, April 2020, pp. 51-58 ISSN: (print) 2339-2681 (online) 2621-2579.
- Jeany. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*. Vol.7 No.3 September 2020, Halaman 330-341 ISSN 2356-3966 E-ISSN: 2621-2331.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Nelly, dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri. *JIMEK*. Volume 2 Nomor 1 Juli 2019.
- Sinungan, Muchdarsyah, Drs. (2015). *Strategi Manajemen Bank*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tumini dan Kustiawan. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Bukopin Probolinggo. *ECOBUSS : Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 7 Nomor 1 Maret 2019 ISSN 2337 – 9340.
- Zeithaml, Valerie And Binter, Mary Jo. (2015). *Service Marketing*. New York : Mcgraw Hill Inc, Int' Edition.