

ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA, Tbk. KANTOR CABANG SAMARINDA 1

Omar Dhanny¹, Erlinda Eka Nurmayanti²

odhanny@gmail.com¹, erlindaekan@gmail.com²

^{1,2} Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Samarinda

^{1,2,3} Jl. Ciptomangunkusumo Samarinda

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank BRI Cabang Samarinda 1. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah salah satu perusahaan di Samarinda yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1, dengan menggunakan metode statistik deskriptif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini accidental sampling dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan Skala Likert. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda, uji T, uji F, uji R dan uji R². Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Jumlah sampel penelitian sebanyak 168 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Atribut Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Secara simultan Atribut Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$.

Kata kunci: Atribut Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Abstract

The researcher took the title "Analysis of the Effect of Product Attributes, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Samarinda Branch Office 1", under the guidance of Mr. Dr. Sudarlan, S.E., M.T. as a supervisor I and Mr. Dr. H. Omar Dhanny, S.E., M. Kom. as Advisor II.

This study aims to determine the effect of product attributes, service quality and customer satisfaction on customer loyalty at BRI branch Samarinda 1. The object used in this study is one of the companies in Samarinda, namely PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Samarinda Branch Office 1, using descriptive statistical methods. The sampling method in this study was accidental sampling and the data collection method used a questionnaire measured by a Likert Scale. The analytical tools used are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, T test, F test, R test and R² test. The types of data used are primary data and secondary data. The number of research samples as many as 168 respondents. The results showed that partially Product Attributes, Service Quality, and Customer Satisfaction had a positive and significant effect on Customer Loyalty. Simultaneously Product Attributes, Service Quality, and Customer Satisfaction have a positive and significant effect on Customer Loyalty with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords : Fiscal Correction, Fiscal Financial Statements, Commercial Financial Statement, Payable Corporate Income Tax.

PENDAHULUAN

Pada jaman sekarang ini, perekonomian telah memasuki era globalisasi yang mengakibatkan para pelaku usaha saling bersaing untuk mendapatkan konsumen. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menerima keunggulan bersaing sebagai akibatnya bisa memenangkan persaingan tersebut. Pelaku bisnis wajib mengetahui pengaruh dari loyalnya konsumen. Salah satu pelaku usaha di Indonesia telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, dengan adanya kemajuan teknologi adalah industri perbankan. Sesuai Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada



masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dalam menghadapi persaingan antar bank, konsep customer service dikembangkan dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau calon nasabah.

Seiring dengan berkembangnya bisnis, demikian pula persaingan di industri perbankan. Memprediksi hal ini, bank perlu bekerja dengan baik untuk bertahan dalam persaingan pasar. Dalam upaya untuk menarik nasabah ada beberapa yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu atribut produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Kotler dan Armstrong (2001) Menyatakan bahwa pelanggan yang merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh bank tersebut pasti akan kembali membeli, serta mereka akan menyatakan pengalaman yang baik mereka kepada pihak lain karena menggunakan produk tersebut. Kuncinya ialah menyesuaikan harapan atau keinginan pelanggan dengan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan meningkatnya perkembangan industri perbankan yang semakin pesat ini ditandai juga dengan adanya Bank Rakyat Indonesia (BRI) untuk menuntut bank konvensional untuk tahu apa saja kebutuhan dan bagaimana perilaku nasabah, sehingga nasabah tidak akan berpindah. Hal ini menjadi salah satu tantangan bagi bank untuk semua nasabah menjadi merasa puas dibank konvensional.

Menurut teori Henry Shimamora, "Atribut produk adalah manfaat yang ditawarkan oleh produsen. Manfaat ini dikomunikasikan dan diwujudkan melalui atribut tertentu seperti merek, kemasan, label, dan kualitas". Menurut penelitian Rutmaira Sitingjak (2015), atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Berdasarkan fakta empiris atau kenyataannya dari nasabah bank BRI, keputusan tentang atribut produk ini mempengaruhi bagaimana nasabah menanggapi produk. Menurut nasabah Untuk terus memiliki pengetahuan yang cukup untuk menambah nilai produk dan layanan, perusahaan harus mengetahui tingkat kepuasan pelanggan potensial dengan produk atau layanan yang diberikan. Bagi nasabah kualitas pelayanan sangatlah penting. Hubungan Atribut Produk di Bank BRI Cabang Samarinda I terhadap loyalitas nasabah untuk memenuhi/melebihi harapan kebutuhan konsumen, seperti tingkat kemudahan prosedur pembukaan tabungan, tingkat kecepatan proses transaksi perbankan, tingkat keakuratan proses transaksi perbankan. Jika produk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka rasa ketidakpuasan akan muncul namun jika produk melebihi harapan konsumen maka konsumen merasa puas.

BRI diarahkan untuk memenuhi harapan nasabah dengan melakukan pembenahan baik aspek fisik pelayanan berupa bangunan, kenyamanan bangking hall, keindahan, pelatihan SDM yang secara terus menerus. Namun demikian masih terdapat hal-hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan seperti antrian nasabah yang akan melakukan transaksi di BRI unit masih merupakan hal yang sering dijumpai di BRI Unit apalagi pada awal bulan. Perilaku dan sikap karyawan bank yang belum sepenuhnya berorientasi pada pelayanan prima, sehingga nasabah tidak mendapatkan pelayanan yang seharusnya mereka dapatkan. Masih banyak diantara para pekerja (pegawai) yang melayani nasabah dengan seenaknya tanpa memperhatikan atau



mendengarkan apa yang diharapkan nasabah. Disamping itu masih terdapat BRI unit yang kenyamanan ruang pelayanan (banking hall) belum memenuhi standar pelayanan.

Menurut teori (Arianto, 2018, h.83), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan serta pemenuhan harapan pelanggan secara tepat waktu. Layanan berlaku untuk semua jenis layanan yang diberikan perusahaan selama pelanggan berada di perusahaan. Hubungan kualitas pelayanan pada bank BRI Cabang Samarinda 1 terhadap loyalitas nasabah untuk memberikan kenyamanan, kemudahan, dan keamanan bagi nasabah untuk menjaga loyalitas nasabah bank yang baik. Menurut penelitian Azka Al Afifah (2016/2017), Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. Berdasarkan kenyataannya, Peneliti telah melakukan wawancara di bank BRI Cabang Samarinda 1 kepada salah satu nasabah yang bernama Sri Wahyuni bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan baik, tetapi nasabah ini merasa proses transaksi perusahaan pelayanannya cukup lambat, sehingga nasabah menunggu lama dalam antrian. Maka dari itu ibu Sri Wahyuni berharap kualitas pelayanan di BRI Cabang Samarinda 1 ini lebih ditingkatkan.

Kepuasan nasabah juga sangat penting bagi bank karena keputusan yang dirasakan oleh nasabah menjadi faktor penting dalam kelangsungan dan kejayaan perbankan. Menurut teori (Kasmir, 2015:262-263), apabila nasabah puas atas suatu pelayanan yang diberikan bank, akan ada banyak keuntungan yang diterima oleh bank, yaitu nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal terhadap bank tersebut, kemudian kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga meningkatkan jumlah nasabah. Menurut penelitian Rustam H. Harun (2015), Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hubungan kepuasan nasabah bank BRI di Cabang Samarinda 1 terhadap loyalitas nasabah yaitu untuk memberikan penilaian atau tingkat kesenangan nasabah mengenai pemenuhan produk/jasa yang telah digunakan. Berdasarkan faktanya, Peneliti telah melakukan wawancara terhadap salah satu nasabah yang bernama Vivi, bahwa merasa puas terhadap pelayanan di bank tersebut. Namun, pelayanan dari Customer Service masih kurang dipahami karena bahasa yang digunakan Customer Service susah dipahami oleh nasabah pada saat mengenalkan produk atau jasa yang diberikan. Maka nasabah berharap karyawan bank tersebut dapat mengubah kalimat yang dapat dipahami oleh nasabah.

Menurut teori (Firmansyah, 2018: 135), loyalitas pelanggan adalah pelanggan secara konsisten berlangganan kembali atau membeli kembali produk / jasa prioritas di masa depan, bahkan ketika situasi atau dampak kegiatan pemasaran potensial. Tindakan untuk bergerak. Berdasarkan teori tersebut, terdapat fakta empiris dari nasabah tentang loyalitas nasabah pada BRI Cabang Samarinda yaitu, nasabah akan loyal jika kebutuhannya terpenuhi di bank tersebut, seperti atribut produknya diperbarui, kualitas pelayanan diberikan yang terbaik kepada nasabah dan tidak mengecewakan nasabah dan cepat dilayani oleh pegawai



bank, dan kepuasan nasabah di nomor satukan, di bank BRI cabang masih terdapat kendala seperti rebutannya nomor antrian yang tidak terkendali jika saat pengambilan uang beasiswa dan lain-lain, maka karyawan bank harus benar-benar dapat mengontrol semua itu agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah lembaga keuangan yang didirikan oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja di Purwokerto, Jawa Tengah dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau Bank Bantuan dan Simpanan Priyayi Purwokerto. Lembaga yang pelayanannya untuk suku bangsa (pribumi), didirikan pada 16 Desember 1895 yang kemudian menjadi hari lahir BRI. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan atribut produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Oleh karena itu, bank perlu meningkatkan citranya di mata nasabah agar tidak ditinggalkan oleh nasabah. Terkait pencapaian Rencana Kerja Anggaran (RKA) BRI titik Samarinda, beberapa parameter telah dilaksanakan, meskipun secara statistik meningkat 73% dibandingkan dengan target Rencana Kerja Anggaran (RKA). Sebaliknya, kualitas pelayanan BRI khususnya di BRI Cabang Samarinda adalah aspek fisik pelayanan berupa gedung, kenyamanan, keindahan bank hall, dan pelatihan staf yang berkesinambungan.

PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1 merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Perusahaan ini diharapkan mampu memacu pertumbuhan ekonomi serta menggerakkan sektor riil sehingga kehadirannya dapat membawa kesejahteraan dan kemakmuran bagi seluruh rakyat Indonesia terutama pada provinsi Kalimantan Timur pada umumnya, dimana perusahaan ini harus tetap mempertahankan kinerja pelayanan yang telah dimiliki dengan memperhatikan kebutuhan dan kepuasan nasabahnya sehingga nasabahnya akan loyal. Hal ini terjadi pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda, Kalimantan Timur sebagai tempat penelitian. Hal ini yang mendorong peneliti tertarik untuk meneliti mengenai loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1, dengan judul "Analisis Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1".

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data kuantitatif, yaitu metode yang digunakan untuk mengolah data yang bersifat numerik atau angka. Teknik ini digunakan dalam penelitian yang mengandung objektivitas. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan perhitungan dengan menggunakan metode standar yang dibantu dengan program IBM Statistical Package Sciences (SPSS) 23, observasi dan studi kepustakaan. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Populasi pada penelitian ini ialah nasabah dari Bank BRI Kantor Cabang Samarinda 1. Dalam penelitian ini sampel



yang digunakan adalah nasabah Bank BRI Kantor Cabang Samarinda 1 yang telah dipilih oleh peneliti untuk menjadi responden.

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Accidental Sampling. Penentuan besarnya ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan teori Hair et al. (2018:133) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Aturan umum adalah jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Ukuran sampel dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut: jumlah indikator x 5 s.d 10. Dan indikator dalam penelitian ini ialah 21 indikator sehingga didapatkan jumlah sampel = 21 indikator x 8 = 168 responden. Maka sampel dari penelitian ini yaitu

Objek penelitian yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1, yang berlokasi di Jl. Gajah Mada No. 1, Ps Pagi, Kec. Samarinda Kota, Kota Samarinda, Kalimantan Timur 75111.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan tabel pendidikan dapat diketahui bahwa sebanyak 168 nasabah yang menjadi responden adalah mayoritas responden yang memiliki jenis kelamin perempuan dengan jumlah 87 orang atau persentase sebesar 52%, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki dengan jumlah 81 orang atau persentase 48%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar jenis kelamin nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1 adalah mempunyai jenis kelamin perempuan.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 168 nasabah yang menjadi responden adalah mayoritas responden dengan tingkat pendidikan terakhir yaitu SMA/SLTA yaitu sebanyak 164 nasabah dengan persentase 98%, sedangkan SMP sebanyak 3 nasabah dengan persentase 2%, pendidikan terakhir SD 1 nasabah dengan persentase 1%, dan pendidikan tingkat akhir lainnya yaitu 0 nasabah dengan persentase 0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan terakhir nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1 adalah SMA/SLTA.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat jenis pekerjaan sebanyak 168 nasabah yang menjadi responden adalah mayoritas responden yaitu karyawan swasta yaitu sebanyak 100 nasabah dengan persentase 60%, sedangkan pekerjaan lainnya sebanyak 61 nasabah dengan persentase 36%, dan wiraswasta sebanyak 7 nasabah dengan presentase 4%.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 168 nasabah yang menjadi responden adalah mayoritas responden dengan pendapatan per bulan yaitu Rp 2,1 Juta – Rp 5 Juta sebanyak 113 nasabah dengan persentase 67%, sedangkan kurang dari Rp 2 Juta sebanyak 55 nasabah dengan persentase 33%.



Berdasarkan data yang tertera pada tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ r table (0,1515) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

o	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
	Atribut Produk (X1)	0,847	7	Reliable
	Kualitas Pelayanan (X2)	0,843	5	Reliable
	Kepuasan Nasabah (X3)	0,798	6	Reliable
	Loyalitas Nasabah (Y)	0,719	3	Reliable

Sumber :
: Pengolahan Data SPSS

Versi 23 (2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga masing-masing indikator dari variabel dapat dikatakan Reliable.

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,407	,787		1,788	,076
	Atribut Produk (X1)	,131	,033	,293	3,958	,000
	Kualitas Pelayanan (X2)	,153	,041	,271	3,699	,000
	Kepuasan Nasabah (X3)	,160	,042	,281	3,810	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS Versi 23 (2022)

$$Y = 1,407 + 0,131X_1 + 0,153X_2 + 0,160X_3$$

Berdasarkan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa :

- a. Nilai Konstanta 1,407 menunjukkan besarnya loyalitas nasabah adalah 1,407 jika variabel atribut produk, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, adalah 0.
- b. Koefisien regresi variabel atribut produk sebesar 0,131 menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel



atribut produk akan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,131. Nilai koefisien regresi positif menunjukkan bahwa terjadi pengaruh yang searah antara atribut produk dan loyalitas nasabah, artinya jika terjadi kenaikan pada variabel atribut produk maka loyalitas nasabah juga akan naik begitupun sebaliknya.

- c. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,153 menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel kualitas pelayanan akan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,153. Nilai koefisien regresi positif menunjukkan bahwa terjadi pengaruh yang searah antara variabel kepercayaan dan kepuasan nasabah, artinya jika terjadi kenaikan pada variabel kualitas pelayanan maka loyalitas nasabah juga akan naik begitupun sebaliknya.
- d. Koefisien regresi variabel kepuasan nasabah sebesar 0,160 menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel kepuasan nasabah akan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,160. Nilai koefisien regresi positif menunjukkan bahwa terjadi pengaruh yang searah antara variabel kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, artinya jika terjadi kenaikan pada variabel kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah juga akan naik begitupun sebaliknya.

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Tabel Hasil Uji Parsial (T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,407	,787		1,788	,076
	Atribut Produk (X1)	,131	,033	,293	3,958	,000
	Kualitas Pelayanan (X2)	,153	,041	,271	3,699	,000
	Kepuasan Nasabah (X3)	,160	,042	,281	3,810	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS Versi 23 (2022)

Besarnya angka T tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$, $n = 168$ responden, dan $k = 3$, sehingga dapat dirumuskan T tabel sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 T_{tabel} &= t (\alpha / 2 ; n - k - 1) \\
 &= t (0,05 / 2 ; 168 - 3 - 1) \\
 &= t (0,025 ; 164) \\
 &= 1,974
 \end{aligned}$$



Sehingga diperoleh nilai T tabel sebesar 1.974. Berdasarkan tabel hasil uji T diatas, maka dapat diketahui, pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Variabel Atribut Produk (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dari tabel coefficient diperoleh nilai T hitung = 3,958 yang artinya $T_{hitung} > T_{tabel}$ (3,958 > 1,974) maka dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara atribut produk terhadap loyalitas nasabah.

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dari tabel coefficient diperoleh nilai $T_{hitung} = 3,699$ yang artinya $T_{hitung} > T_{tabel}$ (3,699 > 1,974) dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

3. Variabel Kepuasan Nasabah (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dari tabel coefficient diperoleh nilai $T_{hitung} = 3,810$ yang artinya $T_{hitung} > T_{tabel}$ (3,810 > 1,974) dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$. Maka secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Jadi, dari perhitungan ketiga variabel independen dapat disimpulkan bahwa variabel atribut produk (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah, variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Tabel Hasil Uji Statistik (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	327,294	3	109,098	62,489	.000 ^b
	Residual	286,325	164	1,746		
	Total	613,619	167			
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah (X3), Kualitas Pelayanan (X2), Atribut						

Sumber : Pengolahan Data SPSS Versi 23 (2022)

Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil tabel diatas, maka diketahui bahwa uji F atau uji secara simultan variabel independen yaitu diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh atribut produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan nasabah (X3) secara simultan terhadap loyalitas



nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $62,489 > F$ tabel 2,66. Besarnya F tabel dengan ketentuan $(k = n - k)$ atau $(3 = 168 - 3 = 165) = F(2,66)$ sehingga diperoleh nilai F tabel 2.66. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel atribut produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

HASIL KOEFISIEN KORELASI (R)

Tabel Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.525	1,32132

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah (X3), Kualitas Pelayanan (X2), Atribut Produk (X1)

Sumber : Pengolahan Data SPSS Versi 23 (2022)

Dari tabel diatas, nilai koefisien korelasi (R) diketahui dari ketiga variabel independen yaitu atribut produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dinyatakan dengan nilai R yaitu sebesar 0,730 atau 73% artinya 73% variabel loyalitas nasabah maka dapat dikatakan penelitian tersebut kuat dan dapat dijelaskan dari ketiga variabel independen dalam penelitian yaitu atribut produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah secara bersama-sama. Sedangkan 27% sisanya dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini.

HASIL KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.525	1,32132

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah (X3), Kualitas Pelayanan (X2), Atribut Produk (X1)

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Sumber : Pengolahan Data SPSS Versi 23 (2022)

Dari tabel diatas, nilai koefisien determinasi (R Square) diketahui dari ketiga variabel independen yaitu atribut produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dinyatakan dengan nilai R Square yaitu sebesar 0,525 atau 52,5 % artinya 52,5% variabel loyalitas nasabah bisa dijelaskan dari ketiga variabel independen dalam penelitian yaitu atribut produk, kualitas pelayanan, dan



kepuasan nasabah secara bersama-sama. Sedangkan 47,5% sisanya dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang telah diuraikan diatas, maka selanjutnya akan dilakukan pembahasan terhadap analisis tersebut. Pembahasan ini dibuat dengan melihat hubungan yang terjadi sebagai pembuktian hipotesis yang diangkat dalam penelitian ini. Teori-teori ataupun hasil penelitian empiric yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya akan digunakan dalam melakukan pembahasan penelitian, apakah teori atau hasil penelitian empiric tersebut mendukung atau bertentangan dengan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian serta akan dikemukakan pula keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian ini.

Berikut adalah pembahasan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini:

1. Pengaruh Atribut Produk (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil olah data pada tabel hasil uji T menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel atribut produk bertanda positif artinya atribut produk berbanding lurus atau searah terhadap variabel kepuasan nasabah dan hasil uji statistik T (Uji Parsial) menunjukkan nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara atribut produk terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Rutmaira Sitinjak (2015), artinya atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil olah data pada hasil uji T menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bertanda positif artinya kualitas pelayanan berbanding lurus dan searah terhadap variabel loyalitas nasabah dan hasil uji T menunjukkan nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka secara parsial berpengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Azka Al Afifah (2016/2017).

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil olah data pada hasil uji T menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel kepuasan nasabah bertanda positif artinya kepuasan nasabah berbanding lurus dan searah terhadap variabel loyalitas nasabah dan hasil Uji T menunjukkan nilai signifikansi kepuasan nasabah sebesar $0,000 < 0,05$. Maka secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian sesuai dengan hasil penelitian Rustam H. Harun (2015).



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai pengaruh atribut produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Secara parsial variabel atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
- b. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
- c. Secara parsial variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
- d. Secara simultan variabel atribut produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1, hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung $62,489 > F$ tabel $2,66$.

SARAN

Saran yang dapat peneliti kemukakan sehubungan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan adalah :

1. Untuk mempertahankan bahkan lebih meningkatkan atribut produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dalam perbankan karena didalam suatu layanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah yang pertama kali dilihat oleh nasabah adalah atribut produk yang melengkapi manfaat utama produk sehingga mampu lebih memuaskan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Samarinda 1. Lalu nasabah melihat dari sisi kualitas pelayanannya apakah pelayanan tersebut baik dan membuat nasabah menjadi puas atau tidak dan selanjutnya adalah kepuasan nasabah dengan adanya kepuasan dari nasabah maka keinginan nasabah untuk bertransaksi akan tinggi, sehingga atribut produk penting untuk menarik minat nasabah. Selain itu pihak bank juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang perlu saat memberikan layanan kepada nasabah, dan memberikan ide-ide baru untuk meningkatkan atribut produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah melalui loyalitas nasabah.
2. Untuk peneliti berikutnya agar mempertimbangkan menambah atau mengganti variabel yang ada di penelitian ini dengan variabel lain yang dianggap signifikan dengan loyalitas nasabah. Dari pengambilan data di lapangan, banyaknya nasabah yang menyatakan bahwa pentingnya suatu hal yang



dapat digunakan sebagai penentu kemajuan suatu bidang. Maka dari itu bisa diangkat menjadi sebuah variabel sosialisasi bagi peneliti berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Autoridad Nacional del Servicio Civil, 2021a, *Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*, Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., pp. 2013–2015.
- Bungin, M. Burhan, 2021, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta:Kencana, [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/5951/4/BAB III.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/5951/4/BAB%20III.pdf).
- Hasiara, La Ode, Sudarlan and and Diah, Ahyar Muhammad, 2019, *Metode Penelitian Terapan Kualitatif dan Kuantitatif Untuk Pendidikan Vokasi Khusus*.
- Kuangan, Otoritas Jasa, 2021, *Kegiatan Usaha Bank Umum*, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/pages/Bank-Umum.aspx>.
- Luh, Ayu Mulyaningih, 2014, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Ocbc Nisp Di Denpasar*, E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, Volume 5, Issue 1, pp. 252130.
- Management, Jurnal Mirai, Public, Against, Levels, Satisfaction, Sub, In and District, Ompo, 2016, *Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng*, Volume 1.
- Meida, Faradilah, Astuti, Miguna and Nastiti, Heni, 2022, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic*, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic, Volume 5, Issue 2, pp. 157–166.
- Muchlisin Riad, 2018, *Pengertian, Unsur dan Komponen Atribut Produk*, <https://www.kajianpustaka.com/2018/02/pengertian-unsur-dan-komponen-atribut-produk.html>.
- Muchlisin Riadi, 2016, *Pengertian, Pembentukan dan Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas*, <https://www.kajianpustaka.com/2016/09/pengertian-pembentukan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-loyalitas.html>.
- Neighbors, Penerapan K-nearest, Term, Dengan, Gain, Information, Klasifikasi, Untuk, Bunuh, I. D. E., Pada, Diri, Twitter, Pengguna and Komputer, Jurusan Ilmu, 2021, *Universitas negeri semarang 2021*.
- Pustaka, Kajian, Pemikiran, Kerangka and Hipotesis, D. a N., 2004, *Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis*, i, pp. 16–45.
- Putri, Anindi Widiya, 2018, *Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo Skripsi*, Journal of Linguistics,



https://www.euskalit.net/archivos/201803/modelogestionavanzada_2018.pdf?1%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4786739%0Ahttps://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/human-capital/HCT-2018.pdf%0Ahttp://pepsic.bvsalud.org/pd.

Riau, Politik Universitas, 2020, *Pekanbaru 2020*.

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.

-----, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D*.

Tiara, Dewi, Muhammad Amir Masruhim, Riski Sulistiarini, 2016, *Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis 2.1*, Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, *April*, pp. 5–24.

W.T.M., 1855, *Bank, Notes and Queries*, Volume s1-XII, Issue 311, pp. 286, 10.1093/nq/s1-XII.311.286.

Wahyono Budi, *Jenis Loyalitas Pelanggan*, Retrieved, December 20, 2021, from, <http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/jenis-loyalitas-pelanggan.html>.

Hasiara, La Ode, Sudarlan. and, & Diah, A. M. (2019). *Metode Penelitian Terapan Kualitatif dan Kuantitatif Untuk Pendidikan Vokasi Khusus*.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif*.

