



## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DANKEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI PT BANK CENTRAL ASIA CABANG TAJUR BOGOR**

**Ikmal Umarul<sup>1</sup> Nurdin Rifai<sup>2</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok

[ikmalumarul8@gmail.com](mailto:ikmalumarul8@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurdinrifai100864@gmail.com](mailto:nurdinrifai100864@gmail.com)<sup>2</sup>

---

### **Abstrak**

Dunia perbankan pada saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, keadaan yang sangat kompetitif menyebabkan perubahan besar dalam persaingan, hal ini juga menuntut bidang perbankan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan untuk meningkatkan loyalitas nasabah terhadap perusahaan. Dalam hal ini masih terdapat masalah yang ditemukan di PT Bank Central Asia Cabang Tajur Bogor. Nasabah masih menemukan kekurangan pada kualitas pelayanan, produk sehingga hal ini dapat berdampak pada loyalitas nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan, terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Central Asia Cabang Tajur Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara acak sederhana dengan melibatkan 97 responden. Dari hasil uji regresi menunjukkan bahwa 98% loyalitas nasabah dapat dijelaskan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan sedangkan sisanya 2 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan Hasil Uji t menunjukkan variabel yang dominan mempengaruhi loyalitas nasabah adalah variable kualitas produk dengan hasil analisis thitung (2,950), dan kepuasan (33,787) dimana ttabel (1,985).

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan, Loyalitas Nasabah.**

### **Abstract**

*The banking world at this time is experiencing a very rapid development, a very competitive situation causes major changes in competition, this also demands that the banking sector must be able to improve the quality of service, product quality, satisfaction to increase customer loyalty to the company. In this case, there are still problems found at PT Bank Central Asia Tajur Bogor Branch. Customers still find flaws in the quality of service, products so this can have an impact on customer loyalty. The purpose of this study is to find out and analyze the Effect of Service Quality, Product Quality and Satisfaction on Customer Loyalty at PT Bank Central Asia Tajur Bogor Branch. The type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The selection of samples was carried out in a simple random way involving 97 respondents. From the results of the regression test, it shows that 98% of customer loyalty can be explained to be influenced by service quality, product quality, and satisfaction while the remaining 2% is explained by other factors that were not studied in this study. With the results of the t test showing that the dominant variables affecting customer loyalty are product quality variables with the results of the analysis tcount (2,950), and satisfaction (33,787) where ttable (1,985).*

**Keywords: Service Quality, Product Quality, Satisfaction, Customer Loyalty.**

(\*) Corresponding Author : Ikmal Umarul<sup>1</sup>, [ikmalumarul18@gmail.com](mailto:ikmalumarul18@gmail.com)<sup>1</sup>, 089635392555

---

## **INTRODUCTION**

Perkembangan dalam dunia perbankan sangat pesat, keadaan yang kompetitif menyebabkan perubahan besar dalam persaingan. Perkembangan ini juga menuntut perusahaan agar terus meningkatkan kualitas pelayanan, produk sehingga terciptanya sebuah kepuasan nasabah guna meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan juga sangat penting selain kita menjual produk dan jasa. Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Kualitas layanan adalah suatu bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang di tawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. (Kotler dan Armstrong 2017: 244).

Perusahaan di industri perbankan tentunya mengemas layanan tersebut dan selalu memberikan yang terbaik untuk nasabah agar nasabah mereka tetap puas dan semakin loyal terhadap perusahaan mereka. Nasabah yang loyal terhadap suatu perusahaan akan memberikan banyak sekali keuntungan salah satunya adalah meningkatkan laju penjualan perusahaan yang tentunya akan memberikan profit bagi perusahaan. Akan tetapi dalam hal ini masih di temukan adanya permasalahan.

Fenomena yang terjadi saat ini khususnya di PT Bank Central Asia Tbk (BCA) Cabang Tajur menunjukkan adanya permasalahan kualitas pelayanan kendala dengan pelayanan antrean yang cukup lama karena nasabah BCA yang begitu banyak dikarenakan banyaknya penutupan layanan operasional pada beberapa kantor cabang BCA. Permasalahan dalam kualitas produk yang tidak selalu memiliki kualitas yang baik seperti layanan mobile banking BCA yang selalumengalami kendala atau eror.

Menurunnya tingkat kepuasan nasabah akan berdampak negatif pada tingkat loyalitas nasabah. Nasabah yang semula loyal atau setia terhadap suatu perusahaan akan berpikir untuk berpindah ke bank lain. Jika perusahaan tidak mampu mempertahankan kualitas layanan jasa yang mereka berikan, inilah yang akan terjadi. Nasabah yang berpindah ke Bank pesaing akan menurunkan profit perusahaan dan tentunya akan merugikan perusahaan dalam jangka waktu yang Panjang. Dari masalah diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT Bank Central Asia Cabang Tajur Bogor.”**

## **METHODS**

Penelitian ini dilaksanakan di PT Bank Central Asia Cabang Tajur Bogor. Jl Raya Tajur No 129 Bogor Timur Bogor dengan melibatkan Nasabah yang melakukan transaksi di cabang tersebut. Pelaksanaan penelitiannya itu sendiri berlangsung selama 6 (enam) bulan. Dimulai dengan kegiatan berupa observasi lapangan pada Bulan Maret 2022. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode penelitian survei, penelitian survei yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang melakukan transaksi di PT Bank Central Asia Cabang Tajur Bogor pada periode bulan April s/d Juni 2022, 3120 Nasabah.

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa sampel acak sederhana (*Sample Random Sampling*). Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan sampel acak sederhana adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka akan di jadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 responden. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

## **RESULTS & DISCUSSION**

### **Results**

Hasil penelitian secara terperinci penulis sampaikan dibawah ini meliputi: karakteristik responden, tanggapan responden, hasil uji kualitas data (uji validitas dan uji reliabilitas), hasil uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas) dan hasil uji hipotesis (persamaan regresi linier berganda, hasil uji F, koefisien determinasi, hasil uji t dan pengaruh dominan).

### **Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Central Asia Cabang Tajur Bogor sebanyak 97 orang yang bertransaksi di teller dan customer service pada saat penelitian berlangsung. Karakteristik responden yaitu menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan, salah satu tujuan dengan deskripsi tersebut adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian karakteristik responden dikelompokkan menurut Jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan perbulan. Oleh karena itu mengenai karakteristik responden dapat diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

KARAKTERISTIK	KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
Jenis Kelamin	Laki-laki	57	58,8 %
	Perempuan	40	41,2 %
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,00 %</b>
Usia	< 20 tahun	2	2,1 %
	20 – 30 tahun	76	78,4 %
	31 – 40 tahun	15	15,5 %
	41 – 50 tahun	4	4,1 %
	<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100,00 %</b>
Pendidikan Terakhir	SD/Sederajat	3	3,1 %
	SLTA	72	74,2 %
	Diploma 3	3	3,1 %
	Sarjana	19	19,6 %
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,00 %</b>
Pekerjaan	Swasta	60	61,9 %
	Wiraswasta	17	17,5 %
	Pelajar/Mahasiswa	19	19,6 %
	Lain-lainnya	1	1,0 %

### **Hasil Uji Kualitas Data**

#### **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin diukur atau dikatakan valid. Guna melihat valid atau tidaknya sebuah data makakolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Sebuah data dikatakan valid jika r hitung > 0,198. Untuk melihat tingkat validitas semua pernyataan kuesioner yang penulis susun, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

NO	PERNYATAAN	rhitung g	SIMPULAN	KETERANGAN
1.	Harapan Pelayanan	0,709	Valid	Karena rhitung > 0,198
2.	Cepat & Tepat	0,465	Valid	Karena rhitung > 0,198
3.	Penyampaian Informasi	0,302	Valid	Karena rhitung > 0,198
4.	Pengetahuan & Kemampuan	0,709	Valid	Karena rhitung > 0,198
5.	Perhatian & Keramahan	0,431	Valid	Karena rhitung > 0,198
6.	Kerapihan & Penampilan	0,635	Valid	Karena rhitung > 0,198
7.	kenyamanan	0,472	Valid	Karena rhitung > 0,198
8.	Fasilitas Gedung	0,530	Valid	Karena rhitung > 0,198
9.	Tanggap Memberi Solusi	0,528	Valid	Karena rhitung > 0,198
10.	Mesin Moderen	0,440	Valid	Karena rhitung > 0,198

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung kesepuluh pernyataan yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan dengan 0,198 sehingga dikatakan semua item pernyataan variabel kualitas pelayanan valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk**

NO	INDIKATOR	rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1.	Performance m-BCA	0,464	Valid	Karena rhitung > 0,198
2.	Keunggulan Produk	0,440	Valid	Karena rhitung > 0,198
3.	Penawaran Produk	0,549	Valid	Karena rhitung > 0,198
4.	Fitur Rekening Online	0,720	Valid	Karena rhitung > 0,198
5.	Kemudahan m-BCA	0,616	Valid	Karena rhitung > 0,198
6.	Kemudahan QRcode	0,761	Valid	Karena rhitung > 0,198
7.	Upgrade m-BCA	0,666	Valid	Karena rhitung > 0,198
8.	Kemudahan transaksi	0,752	Valid	Karena rhitung > 0,198
9.	Kenyamanan m-BCA	0,530	Valid	Karena rhitung > 0,198
10.	Kegunaan m-BCA	0,687	Valid	Karena rhitung > 0,198
11.	Layanan m-BCA	0,714	Valid	Karena rhitung > 0,198
12.	Mengelola Rekening di m-BCA	0,652	Valid	Karena rhitung > 0,198
13.	Tampilan m-BCA	0,650	Valid	Karena rhitung > 0,198
14.	Keamanan m-BCA	0,624	Valid	Karena rhitung > 0,198
15.	Sesuai Harapan	0,600	Valid	Karena rhitung > 0,198
16.	Fitur Lifestyle m-BCA	0,525	Valid	Karena rhitung > 0,198

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung keenam belas pernyataan yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dari 0,198 sehingga dikatakan bahwa item pernyataan variabel kualitas produk tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan**

NO	INDIKATOR	rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1.	Kepuasan Pelayanan	0,528	Valid	Karena rhitung > 0,198
2.	Hal Positif tentang BCA	0,692	Valid	Karena rhitung > 0,198
3.	Merekomendasikan BCA	0,550	Valid	Karena rhitung > 0,198
4.	Bank Pilihan Utama	0,639	Valid	Karena rhitung > 0,198
5.	Sistem & Jaringan	0,696	Valid	Karena rhitung > 0,198
6.	Keamanan Transaksi	0,788	Valid	Karena rhitung > 0,198
7.	Kesigapan Frontliner	0,719	Valid	Karena rhitung > 0,198
8.	Keputusan Menabung	0,707	Valid	Karena rhitung > 0,198

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung keempat indikator yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan 0,198 sehingga semua item pernyataan tentang variabel kepuasan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan**

NO	INDIKATOR	rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1.	Bangga menjadi nasabah BCA	0,587	Valid	Karena rhitung > 0,198
2.	Informasi & Kualitas terpercaya	0,674	Valid	Karena rhitung > 0,198
3.	Setia dengan BCA	0,564	Valid	Karena rhitung > 0,198
4.	Sebagai Bank pilihan utama	0,672	Valid	Karena rhitung > 0,198
5.	Perubahan biaya	0,705	Valid	Karena rhitung > 0,198
6.	Biaya kartu	0,782	Valid	Karena rhitung > 0,198
7.	Merekomendasikan BCA	0,683	Valid	Karena rhitung > 0,198
8.	Sering bertransaksi	0,665	Valid	Karena rhitung > 0,198
9.	Aturan perusahaan	0,703	Valid	Karena rhitung > 0,198
10.	Citra baik perusahaan	0,656	Valid	Karena rhitung > 0,198

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung kelima indikator yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan dengan 0,198 sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan tentang variabel loyalitas pelanggan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan bila alat pengukur tersebut digunakan berkali-kali untuk mengukur gejala yang sama. Dikatakan handal (*reliable*) jika memiliki koefisien keandalan atau cronbach's alpha sebesar 0,6 atau lebih. Di bawah ini penulis sajikan daftar Cronbach's Alpha untuk semua variabel penelitian, atas dasar perhitungan menggunakan SPSS.

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas**

NO	VARIABEL	Cronbach's $\alpha$	SIMPULAN	KETERANGAN
1.	Kualitas Pelayanan	0,745	Reliabel	Karena cronbach $\alpha > 0,6$ .
2.	Kualitas Produk	0,758	Reliabel	Karena cronbach $\alpha > 0,6$ .
3.	Kepuasan	0,773	Reliabel	Karena cronbach $\alpha > 0,6$ .

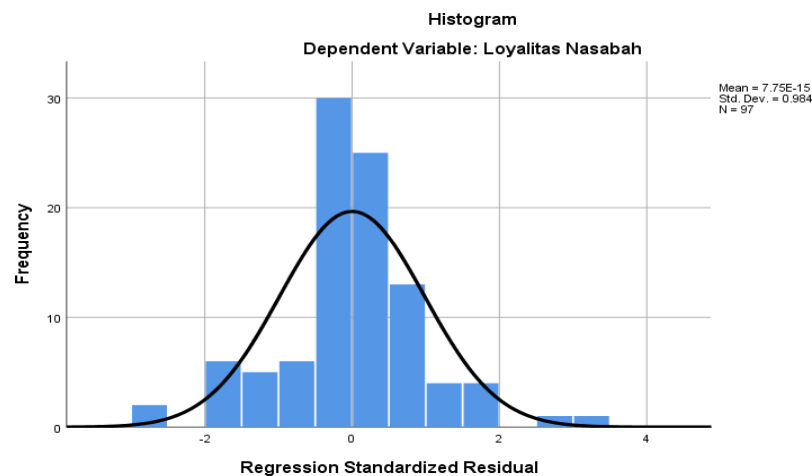
4.	Loyalitas Pelanggan	0,769	Reliabel	Karena cronbach $\alpha > 0,6$ .
----	---------------------	-------	----------	----------------------------------

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera dalam tabel *Reliability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dikatakan semua instrumen penelitian ini handal (*reliabel*) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji ini wajib dilakukan sebelum peneliti melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heterokedastisitas. Hasilnya penulis sampaikan dibawah ini.



**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**

Pada grafik histogram di atas terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah.

**Tabel 7. Hasil Uji Normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov Smirnov***

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		97	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.71571900	
Most Extreme Differences	Absolute	.133	
	Positive	.104	
	Negative	-.133	
Test Statistic		.133	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.062 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.125

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov dengan pendekatan Monte Carlo. Tujuan dilakukannya monte carlo ini untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dari data yang telah diuji dari sampel

yang bernilai acak atau terlalu ekstrem nilainya. Hal ini dapat kita lihat pada tabel bahwa hasil Monte Carlo Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,062 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

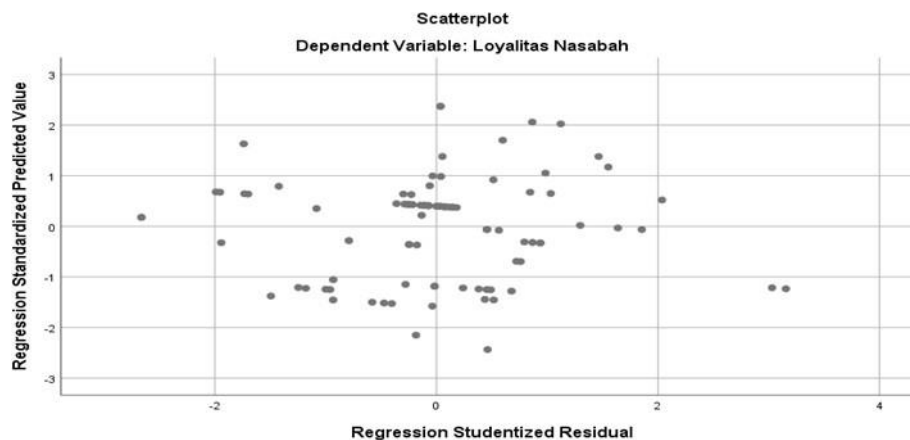
**Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)**

VARIABEL	COLLINEARITY STATISTICS			
	TOLERANCE		VIF	
	HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
Kualitas Pelayanan	0,560	> 0,1	1,785	< 5
Kualitas Produk	0,383	> 0,1	2,609	< 5
Kepuasan	0,281	> 0,1	3,565	< 5

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai tolerance variabel independen yang ada diatas 0,1 serta nilai VIF variabel independennya semua dibawah 5 yang berarti bawah tidak terjadi multikolinieritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Selanjutnya uji heteroskedastisitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan pendekatan grafik. Di bawah ini penulis sampaikan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan pendekatan grafik.



**Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik**

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angkanol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah berdasarkan masukan variabel independennya.

## 4. Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini antara lain persamaan regresi, uji F (uji simultan), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (uji parsial).

**Tabel 9. Hasil Uji Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.101	.808		.125	.901		
Kualitas Pelayanan	.025	.021	.023	1.191	.237	.560	1.785
Kualitas Produk	.052	.018	.069	2.950	.004	.383	2.609
Kepuasan	1.112	.033	.920	33.787	.000	.281	3.565

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 0,101 + 0,025X_1 + 0,052X_2 + 1,112X_3$$

Yang berarti bahwa:

- Konstanta sebesar 0,101 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan dianggap nol maka variabel loyalitas nasabah sebesar 0,101.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai satuan sebesar 0,025 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sementara variabel kualitas produk dan kepuasan diasumsikan tetap maka loyalitas nasabah juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,025.
- Koefisien regresi variabel kualitas produk diperoleh nilai satuan sebesar 0,052 yang berarti jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan sementara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan diasumsikan tetap maka loyalitas nasabah juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,052.
- Koefisien regresi variabel kepuasan diperoleh nilai satuan sebesar 1,112 yang berarti bahwa jika variabel kepuasan mengalami kenaikan sementara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk diasumsikan tetap maka loyalitas nasabah juga akan mengalami kenaikan sebesar 1,112.

**Tabel 10. Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2452.588	3	817.529	1570.810	.000 <sup>b</sup>
Residual	48.420	93	.520		
Total	2500.990	96			

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Fhitung yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah 1570,810. Sementara itu nilai Ftabel yang dilihat pada tabel nilai-nilai untuk distribusi F adalah 2,700. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai Fhitung = 1570,810 > dari Ftabel = 2,700. Ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan



secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Tajur Bogor.

**Tabel 11. Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 <sup>a</sup>	.981	.980	.721

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,980 atau 98%. Ini berarti bahwa variabel independen berupa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan secara bersama-sama menjelaskan variabel dependen loyalitas nasabah di BCA cabang Tajur Bogor sebesar 98% sedangkan sisanya sebesar 2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

**Tabel 12. Hasil Uji t**

VARIABEL	T		Sig.		SIMPULAN
	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	HASIL	$\alpha = 5\%$	
Kualitas Pelayanan	1,191	< 1,985	0,237	> 0,05	Tidak berpengaruh signifikan
Kualitas Produk	2,950	> 1,985	0,004	< 0,05	Berpengaruh signifikan
Kepuasan	33,787	> 1,985	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan

Guna menentukan H<sub>0</sub> maupun H<sub>1</sub> yang ditolak atau diterima maka nilai *t* hitung di atas dapat dibandingkan dengan nilai *t* tabel pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai *t* tabel pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1,985. Dengan membandingkan *t* hitung dan *t* tabel maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

- Secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Tajur Bogor karena *t* hitung (1,191) < *t* tabel (1,985) serta nilai signifikasinya di atas 0,05.
- Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Tajur Bogor karena *t* hitung (2,950) > *t* tabel (1,985) serta nilai signifikasinya di bawah 0,05.
- Secara parsial kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Tajur Bogor karena *t* hitung (33,787) > *t* tabel (1,985) serta nilai signifikasinya di bawah 0,05.

Selanjutnya guna mengetahui variabel independen yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependennya adalah dengan cara melihat besarnya nilai *Standardized Coefficient Beta* seperti terlihat pada Tabel 4.13 di atas. Tabel tersebut memperlihatkan bahwa variabel independen yang mempunyai nilai *Standardized Coefficient Beta* paling besar adalah variabel Kepuasan yaitu sebesar 1,112 yang berarti bahwa variabel Kepuasan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Tajur Bogor.

## **DISCUSSION**

Penelitian dengan melibatkan sebanyak 97 responden untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel X<sub>1</sub> yaitu kualitas pelayanan, X<sub>2</sub> yaitu kualitas produk, X<sub>3</sub> yaitu kepuasan, terhadap pengaruhnya pada variabel Y yaitu loyalitas nasabah. Sesuai dengan latar belakang yang telah disampaikan diawal dimana sampai saat ini masih ditemui kendala di BCA cabang Tajur Bogor khususnya mengenai loyalitas nasabah sehingga perlu dilakukan penelitian diantaranya dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan, maka permasalahan tersebut sedikit banyak sudah mulai terjawab.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada di kuesioner yang telah

disebar dinyatakan valid, karena  $t_{hitung} > 0,198$ . Kemudian kita bisa melihat dengan angka penafsiran setiap tanggapan responden dari variabel independen yaitu kualitas pelayanan, yang menunjukkan hasil setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 1% responden menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 2% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 20% responden menjawab netral, sebanyak 49% responden menjawab setuju, dan sebanyak 29% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,03 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Tajur Bogor.

Kemudian untuk variabel kualitas produk, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 0,5% responden menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 0,9% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 24,2% responden menjawab netral, sebanyak 53% responden menjawab setuju, dan sebanyak 18% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran 3,62 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Tajur Bogor.

Dan untuk variabel kepuasan pelanggan, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 0,9% responden menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 3,8% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 25,1% responden menjawab netral, sebanyak 56,5% responden menjawab setuju, dan sebanyak 13,7% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,80 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BCA cabang Tajur Bogor.

Selanjutnya dilihat secara total untuk variabel loyalitas nasabah, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 0,7% responden menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 3,3% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 25,6% responden menjawab netral, sebanyak 60% responden menjawab setuju, dan sebanyak 13,8% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,82 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa loyalitas nasabah BCA cabang Tajur Bogor sudah cukup baik dipandang para nasabah.

Dari hasil rata-rata angka penafsiran dapat kita lihat dengan skala likert bahwa semua variabel berada pada angka 4 (setuju). Hal ini perlu di perhatikan oleh perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah, menjadi angka 5 (sangat setuju). Selanjutnya kita dapat melihat hasil uji reliabilitas menunjukkan semua memiliki koefisien keandalan atau cronbach's alpha  $> 0,6$ . Hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel.

Dan untuk hasil uji persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah  $Y = 0,101 + 0,025 X_1 + 0,052 X_2 + 1,112 X_3$ , dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam *Adjusted R Square* adalah 98% atau 0,980 ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen adalah sebesar 98%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikan tidaknya hasil penelitian dengan menghitung  $t_{hitung}$ . Diketahui dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa angka  $t_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan adalah 1,191 sedangkan angka  $t_{tabel}$  adalah 1,985 ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) artinya bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, angka  $t_{hitung}$  variabel kualitas produk adalah 2,950 sedangkan angka  $t_{tabel}$  adalah 1,985 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) artinya bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, angka  $t_{hitung}$  variabel kepuasan adalah 33,787 sedangkan angka  $t_{tabel}$  adalah 1,985 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) artinya bahwa variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

## **CONCLUSION**

Sesuai dengan uraian-uraian di atas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan, berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Tajur Bogor.
2. Secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Tajur Bogor.
3. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Tajur Bogor.
4. Secara parsial kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BCA cabang Tajur Bogor.

## **REFERENCES**

- Alfabeta Nugroho, Setiadi, (2015). Perilaku Konsumen : Prespektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen Jakarta : Pnamedia Group
- Ambarwati, Y Belinda, (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, Jurnal Akuntansi.
- Andi Offset Rachmayanti Lusi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Sulselbar Kantor Pusat Makassar. Makassar; STIEM
- Andi. Setyawan Arif. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Internet Banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Pandanaran Semarang
- Assegaff, Mohammad. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda di Kota Semarang) Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.10 No 2, Juli. Semarang: Unisulla Semarang.
- Fajar Rizki, K P. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Pemeditasi (Skripsi). Surakarta Universitas Sebelas Maret
- Fandy Tjipto, Ph.D (2016). Service Quality dan satisfaction. Yogyakarta: CV
- Indarti, Ayu Oka. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk. Kantor Cabang Utama Palembang. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi. Vol.2 No.1
- Karsono. (2007). Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.1 No.1, hal 93-110.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Erlangga, Jakarta
- Kotler dan Armstrong (2006:299). Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin, Lane, Keller. (2016). Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, inc.
- Kotler, P., & K. L. Keller. (2013). Manajemen Pemasaran. Edisi XIII. Jilid 1. (Alih bahasa Bob, S). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sabariah, (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga pada PT. PLN (PERSERO) RAYON SAMARINDA ULU.
- Samarinda. (2013). Pengaruh Kualitas Jasa internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Mandiri (PERSERO) Tbk Area Makassar (skripsi). Makassar : Universitas Hasanuddin
- Sudaryono, (2016). Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi. Yogyakarta: (Skripsi). Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Baru Press. Yusup, Febrianawati. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. Vol. 7 No.1. ISSN 2548-8376. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. (19,22).35

