



PENGARUH VARIASI PRODUK TABUNGAN, KUALITAS PELAYANAN DAN BUKTI FISIK TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK MANDIRI CABANG PASAR PAGI LAMA JAKARTA

Jhonson Sitanggang¹, Mei Iswandi², Herman Susilo³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok

Jhonson.sitanggang@gmail.com¹, wandiui@yahoo.com², hersusilo72@gmail.com³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Mengetahui apakah secara simultan variasi produk, kualitas pelayanan dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, (2) Mengetahui apakah secara parsial variasi produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, (3) Mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, (4) Mengetahui apakah secara parsial bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang disertai penjelasan (*eksplanatory research*). Sampel sebanyak 95 responden nasabah tabungan di Bank Mandiri Cabang Pasar Pagi Lama Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode survey dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Kata Kunci : Variasi Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan, Bukti Fisik, Loyalitas Nasabah

Abstract

*The purpose of this research is to know (1) know whether simultaneously variations, products the quality of service and the physical evidence significant impact on, customer loyalty, (2) know whether variations in partial product significant of customer loyalty, (3) know whether a partial quality of services significant of customer loyalty, (4) know whether a partial physical evidence significant of customer loyalty .The kind of research used is research quantitative accompanied explanation (*eksplanatory research*), Samples from 95 respondents customers savings in bank mandiri the morning market long Jakarta. A method of survey and was used in the study data collection method uses a questionnaire. analysis of data used is a multiple. linear regression analysis.*

Keywords: *Variation savings products, Quality Service, Physical evidence, Loyalitas Nasabah*

(*Corresponding Author: Jhonson Sitanggang, Jhonson.sitanggang@gmail.com, 081371310648.

INTRODUCTION

Dengan bertambah pesatnya industri perbankan membuat persaingan antar bank semakin ketat didalam merebut nasabah serta mempertahankan pangsa pasar yang ada. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan perbankan saat ini, maka sulit bagi bank untuk dapat menjaga kesetiaan nasabah agar tidak berpindah ke bank lain. Loyalitas merupakan suatu faktor penting bagi suatu bank untuk dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis. Loyalitas nasabah tercermin dari antusias nasabah atas produk atau jasa. Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk

atau jasa yang disukai di masa depan meski ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan nasabah beralih. Nasabah akan tertarik dan mengevaluasi masukan-masukan informasi yang mereka miliki sebelum melakukan proses memilih sebuah produk bank. Faktor - faktor yang dapat menumbuhkan minat nasabah dalam memilih produk yang pertama adalah variasi produk yang diberikan oleh bank. Kedua, kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian, terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Bank adalah bentuk perusahaan yang berorientasi pada kepercayaan nasabah. Jika kepercayaan sudah timbul antara bank dan nasabah, maka usaha untuk membina kerja sama akan lebih mudah sehingga akan memberi keuntungan bagi kedua belah pihak. Dari pihak bank, hal tersebut menimbulkan loyalitas nasabah yang sangat berguna demi kelangsungan hidup bank yang bersangkutan. Ketiga, memuaskan keinginan nasabah bukanlah perkara yang mudah. Layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh penyedia jasa sebagai bukti fisik perbankan khususnya Bank Mandiri sudah memuaskan akan tetapi perlu melakukan berbagai inovasi, hingga dapat meningkatkan kepercayaan dibenak nasabah, serta kesediaan nasabah untuk tidak berpindah ke bank lain

METHODS

Jenis penelitian yang digunakan adalah Jenis kuantitatif, yaitu pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkret, teramati dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiyono, 2014:6). Sedangkan metode penelitian yang digunakan ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survei untuk penjajagan (explorative), deskriptif, penjelasan (explanatory atau confirmatory), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2014:6).

A. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Pupulasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah Bank Mandiri Pasar Pagi Lama. Nasabah yang dijadikan populasi adalah nasabah yang mempunyai produk tabungan tabungan Bank Mandiri yang berjumlah 1800 nasabah.

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Sugiyono (2016:81) mengatakan bahwa: "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)." Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili

populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

e² = Tingkat presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber: Rakhmad dalam Unaradjan (2013:124)

Dengan jumlah populasi sebanyak 1800 maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{1800}{1 + 1800[0,1]^2}$$

n = 94,73 (dibulatkan menjadi 95 responden)

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa random sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan secara acak (Sugiyono, 2010:120). Oleh sebab itu peneliti tidak menentukan siapa yang akan dijadikan responden, melainkan sampel diambil secara acak.

RESULTS & DISCUSSION

Results

A. Hasil Uji Kualitas Data

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Arikunto dalam Unaradjan (2013:164) menyatakan bahwa: “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.” Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor butir.

Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesiner maka kolom yang dilihat adalah kolom Corrected Item-Total Correlation pada tabel Item-Total Statistics hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika r_{hitung} > 0,3. (Situmorang, et.al, 2008:36)

Variabel Variasi Produk

NO	INDIKATOR	PERTANYAAN	r _{hitung}	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Ukuran	P1	0,733	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,733	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
2	Harga	P1	0,678	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,714	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
3	Tampilan	P1	0,567	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,594	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
4	Bahan – bahan	P1	0,478	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,527	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3

Variabel Kualitas Pelayanan

NO	INDIKATOR	PERTANYAAN	r _{hitung}	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Keandalan	P1	0,577	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,571	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
2	Daya Tanggap	P1	0,595	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,487	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
3	Jaminan	P1	0,425	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,396	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
4	Empati	P1	0,325	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,327	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
5	Produk – produk fisik	P1	0,377	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,403	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3

Variabel Bukti Fisik

NO	INDIKATOR	PERTANYAAN	r _{hitung}	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Fasilitas eksterior	P1	0,417	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,172	Tidak Valid	Karena nilai r _{hitung} < 0,3
2	Fasilitas interior	P1	0,388	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,642	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
3	Komunikasi fisik	P1	0,467	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,534	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3

Variabel Loyalitas Nasabah

NO	INDIKATOR	PERTANYAAN	r _{hitung}	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Pembelian teratur	P1	0,552	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,528	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
2	Pembelian produk dan jasa	P1	0,613	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,551	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
3	Merekomendasikan produk	P1	0,429	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,364	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
4	Kekebalan produk pesaing	P1	0,405	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3
		P2	0,324	Valid	Karena nilai r _{hitung} > 0,3

Dari hasil pengujian di atas terlihat nilai r_{hitung} hampir semua indikator dari setiap variabel mempunyai nilai lebih dari 0,3 sedangkan satu indikator tentang variabel bukti fisik tidak valid karena nilai r_{hitung} lebih kecil dari 0,3. Sehingga harus dikeluarkan dari analisis selanjutnya.

A. Hasil Uji Reabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik Alpha Cronbach, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha. Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha yang tertera pada tabel Reability Statistics hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai

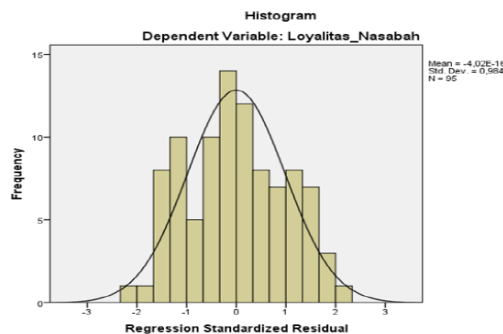
Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (reliabel) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya (Situmorang, et.al., 2008:43).

NO	VARIABLEL	Cronbach α	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Variasi produk	0,870	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
2	Kualitas pelayanan	0,781	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
3	Bukti fisik	0,703	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
4	Loyalitas nasabah	0,769	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$

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

B. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji F dan uji t mengasumsikan bahwa nilai residual harus mengikuti distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan histogram, hasilnya seperti terlihat pada gambar di bawah ini:



Pada grafik histogram di atas terlihat bahwa residual dari model regresi berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram yang kurang lebih meyerupai kurva normal (*bell shape*).

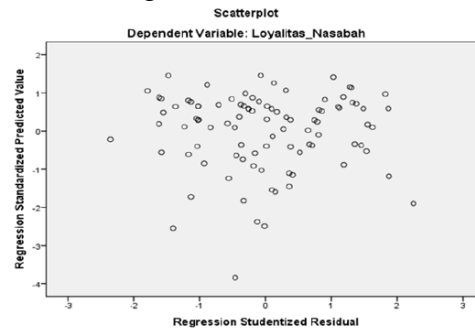
Selanjutnya dilakukan uji multikolinieritas yang bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi yang kuat antara variabel bebas atau tidak. Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai tolerance $> 0,1$ atau $VIF < 10$. Di bawah ini disampaikan hasil uji multikolinieritas dengan melihat Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) nya.

VARIABLEL	COLLINEARITY STATISTICS			
	TOLERANCE		VIF	
	HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
Variasi produk	0,733	$> 0,1$	1,364	< 10
Kualitas pelayanan	0,605	$> 0,1$	1,652	< 10
Bukti fisik	0,715	$> 0,1$	1,398	< 10

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai tolerance variabel independen diatas 0,1 serta nilai VIF variabel independennya semua dibawah 10 yang berarti bawah tidak terjadi multikolinieritas, sehingga dapat dilanjutkan ke analisis regresi linear berganda.

Selajutnya dilakukan uji heteroskedastisitas yang bertujuan 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.



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 angka nol 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.

C. Hasil Uji Hipotesis

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS), didapatkan tabel Coefficients seperti terlihat pada Tabel. dibawah ini. Dari tabel tersebut dapat diambil beberapa kesimpulan, salah satunya adalah persamaan regresi linier berganda.

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	2,351	3,271		,719	,474		
	Variasi_Produk	,404	,085	,412	4,744	,000	,733	1,364
	Kualitas_Pelayanan	,069	,089	,074	,772	,442	,605	1,652
	Bukti_Fisik	,523	,119	,386	4,386	,000	,715	1,398

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

$$Y = 2.351 + 0,404 X_1 + 0,069 X_2 + 0,523 X_3$$

Yang berarti bahwa:

- a. Konstanta sebesar 2,351 yang berarti jika variabel variasi produk, kualitas pelayanan dan bukti fisik dianggap nol maka variabel loyalitas nasabah mempunyai nilai sebesar 2,351.
- b. Koefisien regresi variabel variasi produk diperoleh 0,404 yang berarti jika variabel variasi produk mengalami kenaikan 1 satuan skor, sementara variabel kualitas pelayanan dan bukti fisik diasumsikan tetap maka loyalitas nasabah juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,404 satuan skor.
- c. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan diperoleh 0,069 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan skor, sementara variabel variasi produk dan bukti fisik diasumsikan tetap maka loyalitas nasabah juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,069 satuan skor.
- d. Koefisien regresi variabel bukti fisik diperoleh 0,523 yang berarti jika variabel bukti fisik mengalami kenaikan sementara 1 satuan skor, sementara variabel variasi produk

dan kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka loyalitas nasabah juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,523 satuan skor.

D. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau dikenal dengan Uji Simultan bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh semua variabel bebas (independent) dalam hal ini variasi produk, kualitas pelayanan dan bukti fisik secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (dependent). Adapun hasil Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel Anova di bawah ini.

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	752,100	3	250,700	29,891	,000 ^b
	Residual	763,227	91	8,387		
	Total	1515,326	94			

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Fhitung yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah sebesar 29,891. Sementara itu nilai Ftabel yang dilihat pada tabel nilai-nilai untuk distribusi F adalah 2,700. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai Fhitung = 29,891 > dari Ftabel = 2,700. Ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari variasi produk, kualitas pelayanan dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Pasar Pagi Lama Jakarta.

E. Koefisien Determinasi

Setelah variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Pasar Pagi Lama Jakarta, maka untuk melihat seberapa besar pengaruhnya dapat dilihat pada Tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS), seperti terlihat di bawah ini.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,705 ^a	,496	,480	2,89605

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,480 atau 48,0%. Ini berarti bahwa variabel independen berupa variasi produk, kualitas pelayanan dan bukti fisik secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen loyalitas nasabah di Bank Mandiri Pasar Pagi Lama Jakarta sebesar 48,0% sedangkan sisanya sebesar 52% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

F. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t atau yang lebih dikenal dengan nama Uji Parsial. Jika Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama, maka Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri. Jadi dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengaruh variasi prooduk terhadap loyalitas nasabah, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah serta pengaruh bukti fisik terhadap loyalitas nasabah yang ada di Bank Mandiri Pasar Pagi Lama Jakarta. Guna lebih jelasnya dapat dilihat pada salinan tabel di bawah ini.

VARIABEL	T		Sig.		KESIMPULAN
	t _{hitung}	t _{tabel}	HASIL	$\alpha = 5\%$	
Variasi Produk	4,744	> 1,980	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan
Kualitas Pelayanan	0,772	< 1,980	0,442	> 0,05	Tidak berpengaruh signifikan
Bukti Fisik	4,386	> 1,980	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan

Selanjutnya untuk menentukan H0 maupun H1 yang ditolak atau diterima maka dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika < dari 5%, disimpulkan berpengaruh signifikan. Berdasarkan tabel diatas, secara parsial variasi produk dan bukti fisik masing-masing berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Pasar Pagi Lama Jakarta. Dengan demikian untuk kedua variable tersebut H0 ditolak. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Pasar Pagi Lama Jakarta, dimana nilai signifikansinya diatas 0,05. Dengan demikian hipotesis nol (H0) untuk variable Kualitas Pelayanan tidak dapat ditolak. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan pada bank tidak secara nyata berpengaruh pada loyalitas nasabah. Dengan kata lain dapat disebutkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabanyanya tidaklah menentukan dan dapat menjamin loyalitas nasabah terhadap bank tersebut tetap terjaga. Namun, justru yang menjadi penting dan menentukan loyalitas nasabah adalah pada variable variasi produk dan bukti fisik.

CONCLUSION

1. Secara simultan variasi produk, kualitas pelayanan, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Pasar Pagi Lama Jakarta.
2. Secara parsial variasi produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Pasar Pagi Lama Jakarta.
3. Secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Pasar Pagi Lama Jakarta.
4. Secara parsial bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Pasar Pagi Lama Jakarta.

REFERENCES

- Adinda. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Tahapan pada PT. BCA KCP Pejaten, Jakarta Selatan. Skripsi. STIE GICI Business School Depok. Tidak Dipublikasikan.
- Agung., J. S. (2011). Pengaruh Physical Evidence terhadap Loyalitas Konsumen Cafe Rocketz Solo. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Tidak Dipublikasikan.
- Akbar M. M., & Parvez. (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction Loyalty, ABAC Journal, Vol. 29, No.1. Januari, 24-38.
- Buku Panduan Standar Operasional Pelayanan Bank Mandiri (2016).
- Groover., P. M. (2010). Fundamentals of Modern Manufacturing: Materials, Process, and System 4th Edition. London: Jhon Wiley Sons, Inc.
- Hais, D. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri wilayah Gorontalo. Jurnal inovasi. ISSN : 1693-9034. Volume 7. No. 2, Juni 2010. Program Studi Magister Ekonomi dan Bisnis. Universtias Negeri Gorontalo. Sulawesi Utara.
- Hasan. A. (2008). Marketing. Yogyakarta: Media Pressindo.

- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Iswanto, K. (2015). Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. ISSN : ISSN: 1412-4521. Volume 13. No. 2, Juni 2015. Program Studi Magister Manajemen dan Bisnis. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Kennedy., Singh., G. Trinh., J. Dawes., & L. Lockshin (2009). *Journal of Product & Brand Management*. 97.
- Kotler, P., & G. Armstrong. (2009). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Nurhasanah. (2015). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Tahapan pada PT. Hero Supermarket, Cilandak Jakarta Selatan. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Tidak Dipublikasikan.
- Prasetyo, Bambang dan L. M. Jannah. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Edisi VII. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Randall, T. (2008). *Satisfaction, A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: Me Graw-Hill. Companis Inc.
- Richard. H. W., (2010). An Introduction to Appearance Analysis. *Journal of Graphic Design*. 20, (3), 34-96.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Situmorang, S. H., D. M. J. Dalimunthe., I. Muda., M. Lufti., & Syahyunan. (2008). *Analisis Data Penelitian (Menggunakan Program SPSS)*. Cetakan Pertama. Medan: USU Press.
- _____ (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan Kedua Puluh Satu. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Terence, A. S. (2007). "Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)". Jilid I, Edisi Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (2014). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andi Publisher.
- _____ (2012). *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- _____ & A. Diana. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Uranadjan., D. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Jakarta: Penerbit Universitas Atma Jaya.
- Poppy., K., S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. ISSN : 2355 – 5408. Volume 3. No.1 231–243, Juni 2015. Program Studi Magister Ilmu Administrasi dan Bisnis. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Prawirosentono, S., 2007, *Filosofi Baru Tentang Mutu Terpadu*. Edisi 2. Jakarta: Bumi Aksara.
- Website : www.bankmandiri.co.id.