

**PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK TABUNGAN Pensiunan  
NASIONAL SYARIAH CABANG PROBOLINGGO**

**Akhmad Nasir**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol, Annaz\_putra@yahoo.co.id

**Abstrak:** Tujuan dalam melakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel kepuasan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Plobolinggo. Tujuan lainnya yaitu untuk mengetahui pengaruh secara prsial variabel kepuasan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah Bank. Serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan dari kepuasan kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah Bank. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini menemukan hasil bahwa variabel kepuasan (X) secara prsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y), nilai r variabel kepuasan (X1) sebesar 0,7761 berarti bahwa kepuasan (X1) mampu menjelaskan variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 77,61%. Variabel kepercayaan (X2) secara prsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y), nilai r untuk variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,6921 berarti bahwa variabel kepercayaan (X2) mampu menjelaskan variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 69,21%. Dan variabel Komitmen (X3) secara prsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y), nilai r untuk variabel komitmen (X3) sebesar 0,6198 berarti bahwa variabel komitmen (X3) mampu menjelaskan variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 61,98%. Dari hasil analisis tersebut bahwa ketiga variabel antara kepuasan (X1), kepercayaan (X2), komitmen (X3), bahwa kepuasan (X1) berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah (Y). Dari perhitungan didapat t hitung sebesar 9,5436, karena t hitung > t tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $4,494.10 < 0,05$ .

**Kata Kunci : Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen, Loyalitas**

## **PENDAHULUAN**

Struktur ekonomi di Indonesia selama lebih dari lima puluh tahun terakhir telah mengalami beberapa perubahan yang cukup berarti. Perubahan ini antara lain ditandai dengan perkembangan perekonomian dari sector *manufactur* ke arah sektor jasa. Sektor jasa disini meliputi perdagangan, perbankan, jasa – jasa lembaga keuangan non-bank, asuransi, sektor jasa pemerintah dan jasa swasta lainnya.

Sukses atau tidaknya suatu perusahaan adalah dengan adanya pelayanan yang baik karena di dalam setiap usaha pasti memerlukan layanan sebagai alat pemuas kebutuhan sekalipun usaha itu sederhana. Tanpa ada layanan

yang baik maka kegiatan usaha tersebut tidak akan bisa berkembang, sebab keberhasilan proses kelangsungan usaha tidak hanya bergantung dari peralatan canggih yang dimiliki perusahaan, tetapi juga bergantung pada pelayanan yang akan diberikan tersebut. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan masalah pelayanan tersebut agar dapat menjadi penopang bagi kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Sedangkan pemahaman mengenai pemasaran jasa perbankan di era global lebih memiliki pengertian tentang pemuasan kebutuhan konsumen. Pemberian layanan yang berkualitas merupakan suatu strategi yang tepat untuk bertahan dalam tekanan persaingan yang

tidak mengenal toleransi dan resesi. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada calon konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan badan usaha khususnya badan usaha jasa perbankan. Dalam membentuk citra perusahaan yang baik, dalam rangka menarik minat calon konsumen, maka perusahaan harus dapat mengembangkan berbagai upaya yang didasarkan pada beberapa konsep pemasaran, disamping fungsi utamanya sebagai perusahaan yang diakui.

Salah satu faktor kesuksesan dari suatu perusahaan adalah mengerti dan memahami perilaku konsumen dari suatu pasar sasaran. Hal ini disebabkan oleh tujuan dari pemasaran adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari seorang konsumen sehingga pihak perusahaan harus mampu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Jika suatu perusahaan dapat melaksanakan dengan baik maka kepuasan konsumen akan tercapai. Oleh karena itu untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perusahaan sangatlah perlu untuk memahami perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen. Engel (2013:3) "Perilaku konsumen sebagai tindakan yang berlangsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini".

Bagi Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo, nasabah adalah orang yang paling penting, dengan adanya kepuasan nasabah tersebut maka perusahaan akan terus berkembang. Kesetiaan nasabah menjadikan perusahaan berusaha memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya berupa kemudahan – kemudahan dan keuntungan dalam proses perbankan. Bagi perusahaan jasa, fasilitas e-banking adalah sebagai sarana menarik minat calon nasabah untuk terus

melakukan transaksi perbankan. Dengan semakin banyaknya calon nasabah yang melakukan transaksi perbankan maka semakin tinggi pula kesempatan perusahaan untuk melakukan persaingan dengan perusahaan yang sama.

Melihat kondisi tersebut diatas, Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo sebagai salah satu perusahaan yang mempunyai fungsi sebagai mencari laba guna kelangsungan hidup perusahaan yang pada gilirannya dituntut untuk berupaya meraih sukses dalam persaingan bagaimana cara menarik nasabah sebanyak mungkin. Salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan agar perusahaan dapat melaksanakan dan memenangkan persaingan yang dihadapi adalah mengetahui dan memahami dengan baik keinginan dan kebutuhan daripada calon nasabah. Melalui pemahaman terhadap kualitas layanan nasabah pada khususnya dan pemahaman kegiatan yang terlibat dalam mendapatkan, menggunakan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Memahami perilaku nasabah bukanlah hal yang mudah, karena banyak variabel yang berpengaruh dan variabel tersebut saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Salah satu variabel psikologis yang mendasari keputusan nasabah adalah kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas layanan adalah pada dasarnya diukur atau dinilai dari bermacam – macam persepsi sehingga setiap calon nasabah dan pelanggan mempunyai persepsi yang bervariasi untuk menilai suatu layanan itu baik atau buruk.

Berdasarkan uraian di atas jelaslah bahwa untuk mengetahui dan memahami perilaku nasabah dalam menggunakan jasa perbankan merupakan hal yang sangat penting bagi pihak perusahaan karena akan dapat membantu manajemen dalam merancang strategi dan program pemasaran yang tepat. Penentuan kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan

sudut pandang pihak perusahaan tetapi berdasarkan sudut pandang nasabah. Nasabahlah yang mengkonsumsi dan menikmatinya, sehingga merekalah yang seharusnya menjadi penentu kualitas layanan perusahaan tersebut.

### **Metode Penelitian**

#### **Jenis Data**

Dalam penelitian untuk skripsi ini jenis data yang dibutuhkan adalah :

- a. Data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka – angka dan disajikan dalam bentuk tabel atas perhitungan – perhitungan matematis maupun statistic.
- b. Data kualitatif, yaitu data yang sifatnya berupa informasi yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan pemikiran yang logis.

#### **Sumber Data**

Dalam penelitian untuk skripsi ini sumber data yang dibutuhkan adalah

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti kepada para nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo.
- b. Data sekunder yaitu data yang berupa profil Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo.

#### **Metode Pengumpulan Data**

1. *Library Study* (Studi Kepustakaan)  
Yaitu studi pustaka yang dilakukan dengan mempelajari literatur– Literature yang berkaitan dengan judul skripsi.
2. *Field Research* (Studi Lapangan)  
Yaitu metode penelitian dengan terjun langsung pada obyek yang diteliti di lapangan untuk mendapatkan data secara nyata. Penulis lakukan dengan cara
  - a. Kuesioner  
Yaitu cara pengumpulan data dengan jalan memberikan pertanyaan–pertanyaan tertulis

yang dibagikan kepada para responden.

Dalam penulisan skripsi ini, data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo. Hasil pengumpulan data ini untuk memperoleh pendapat responden terhadap pernyataan– pernyataan yang ada di dalam kuesioner. Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan proses penyaringan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

#### **Uji Validitas**

Validitas adalah suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi sebenarnya yang diukur. Analisis validitas item bertujuan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan benar – benar telah sah, paling tidak kita dapat menetapkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang kita yakini dalam `pengukuran. Sebagai alat ukur yang digunakan, analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Dalam hal ini koefisien korelasi yang nilai signifikansinya lebih kecil dari 5% (*level of significance*) menunjukkan bahwa item – item tersebut sudah sah sebagai pembentuk indikator Ghazali, (2013 : 137).

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu instrument penelitian relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Untuk mengetahui reliabilitas kuesioner, penelitian ini menggunakan pendekatan pengukuran reliabilitas konsistensi internal dengan menghitung koefisien alpha. Koefisien alpha ini berkisar antara 0 sampai 1. menurut Ghazali (2013:133), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,6.

#### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji normalitas**

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Dalam penelitian untuk menguji normalitas data, peneliti menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika Signifikansi (*Significance level*) > 0.05 maka Distribusi normal
- Jika signifikansi (*Significance level*) < 0.05 maka Distribusi tidak normal

### **Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Model regresi terjadi multikolinieritas jika nilai toleransinya kurang dari 0,1 dan VIF lebih dari 10.

### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter Dampak yang akan terjadi apabila terdapat keadaan heteroskedastisitas adalah sulit mengukur standart deviasi yang sebenarnya, dapat menghasilkan standart deviasi yang terlalu lebar maupun terlalu sempit. Jika tingkat error dari varians terus bertambah, maka tingkat kepercayaan akan semakin sempit. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam

model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Ho : tidak ada gejala heteroskedastisitas

2. Ha : ada gejala heteroskedastisitas

Ho diterima bila  $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dan Ho ditolak bila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  yang berarti terdapat heteroskedastisitas

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Indriantoro & Supomo, (2011:115). Subyek penelitian ini adalah nasabah Bank Tabungan Pensiunan Negara Syariah Cabang Probolinggo.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Indriantoro & Supomo, (2011:115). Sampel dalam penelitian ini adalah para nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo. Sedangkan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah metode *random sampling*, dimana siapa saja secara kebetulan bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sample Sugiyono, (2012 ). Jadi jumlah sampel yang diambil adalah 150 Orang dan diasumsikan sudah mewakili nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo.

### **Metode Analisis**

Dalam penelitian ini metode yang dipakai adalah regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dipilih. Adapun persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0 + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 \quad (\text{Ghozali, 2012 : 46})$$

Keterangan :

Y = loyalitas konsumen

0 = konstanta

X<sub>1</sub> = kepuasan

X<sub>2</sub> = kepercayaan

X<sub>3</sub> = komitmen

e = variabel pengganggu di luar variabel bebas

1 3 = koefisien regresi

### Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini yang dilakukan adalah menganalisis sejauh mana pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah. Adapun persamaan adalah sebagai berikut :

$$Y = 0 + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3$$

Dimana :

Y = Loyalitas konsumen

= Konstanta

1 .... 3 = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Kepuasan

X<sub>2</sub> = Kepercayaan

X<sub>3</sub> = Komitmen

e = Variabel pengganggu

di luar variabel bebas

Adapun sebagai langkah untuk melakukan pengujian hipotesa maka perlu menggunakan uji F dan uji t.

1. Uji F, yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dari variabel bebas (*independent*) secara simultan atau serempak terhadap variabel terikat (*dependent*).

Kaidah pengujiannya :

- a. Apabila F-hitung > F-tabel, maka Ho ditolak dan Hi

diterima, artinya secara simultan atau serempak variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

- b. Sebaliknya jika F-hitung ≤ F-tabel, maka Ho diterima dan Hi ditolak, berarti secara simultan atau serempak variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat.
2. Uji t, yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui atau pengaruh dari masing – masing variabel secara parsial (*independent*) atau individu atau secara terpisah terhadap variabel terikat (*dependent*).

Kaidah pengujiannya :

- a. Apabila t-hitung > t-tabel atau –t- hitung < –t-tabel, maka Ho ditolak dan Hi diterima, berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.
- b. Apabila t-hitung ≤ t-tabel, maka Ho diterima dan Hi ditolak, berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

### Hasil Dan Pembahasan Penelitian

#### Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan (X<sub>1</sub>)

Variabel	Koefisien korelasi	Signifikansi	Keterangan
X1.1	0,7751	2,574.10 <sup>-031</sup>	Valid
X1.2	0,6953	5,474.10 <sup>-023</sup>	Valid
X1.3	0,6847	4,425.10 <sup>-022</sup>	Valid
Reliabilitas = 0,6532			

Sumber : Data Diolah 2017

Berdasarkan tabel nilai signifikansi untuk koefisien korelasi antara setiap item dengan total item lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan ( ) yaitu 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa jawaban

responden pada seluruh item adalah *valid*. Nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,6532 lebih besar dari 0,6 berarti seluruh item tersebut diatas sudah reliabel untuk menjelaskan variabel kepuasan.

#### Uji Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan (X<sub>2</sub>)

Variabel	Koefisien korelasi	signifikansi	keterangan
X2.1	0,7908	$2,294.10^{-033}$	Valid
X2.2	0,8187	$1,775.10^{-037}$	Valid
X2.3	0,8093	$5,181^{-036}$	Valid
Reliabilitas = 0,7290			

Sumber : Data Diolah 2017

Berdasarkan tabel nilai signifikansi untuk koefisien korelasi antara setiap item dengan total item lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan ( ) yaitu 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa jawaban

responden pada seluruh item adalah Valid. Nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,7290 lebih besar dari 0,6 berarti seluruh item tersebut diatas sudah reliabel untuk menjelaskan variabel kepercayaan.

#### Uji Validitas dan Reliabilitas Komitmen (X3)

Variabel	Koefisien korelasi	signifikansi	keterangan
X3.1	0,7034	$1,065.10^{-023}$	Valid
X3.2	0,6819	$7,553.10^{-022}$	Valid
X3.3	0,6956	$5,147.10^{-023}$	Valid
Reliabilitas = 0,6459			

Sumber : Data Diolah 2017

Berdasarkan tabel nilai signifikan untuk koefisien korelasi antara setiap item dengan total item lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan ( ) yaitu 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa jawaban responden pada seluruh item adalah valid.

Nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,6459 lebih besar dari 0,6 berarti seluruh item tersebut diatas sudah reliabel untuk menjelaskan variabel komitmen.

#### Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel	Koefisien korelasi	signifikansi	keterangan
Y.1	0,7577	$3,181.10^{-029}$	Valid
Y.2	0,6901	$1,534.10^{-022}$	Valid
Y.3	0,7575	$3,398.10^{-029}$	Valid
Reliabilitas = 0,6743			

Sumber : Data Diolah 2017

Berdasarkan tabel nilai signifikansi untuk koefisien korelasi antara setiap item dengan total item lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan ( ) yaitu 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa jawaban

responden pada seluruh item adalah valid. Nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,6743 lebih besar dari 0,6 berarti seluruh item tersebut diatas sudah reliabel untuk menjelaskan variabel loyalitas nasabah.

#### Uji Asumsi Klasik

#### Uji normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi

terdistribusi secara normal atau tidak Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Dalam penelitian untuk menguji normalitas data, peneliti menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan sebagai berikut :

- o Jika Signifikansi (*Significance level*) > 0.05 maka Distribusi normal
- o Jika signifikansi (*Significance level*) < 0.05 maka Distribusi tidak normal

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1	,119	150	,122	,946	150	,000
X2	,143	150	,102	,930	150	,000
X3	,173	150	,103	,935	150	,000
Y	,148	150	,072	,913	150	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Hasil Tabel di atas, sig untuk variabel Kepuasan (X1) sebesar 0,122, Kepercayaan (X2) sebesar 0,102 dan Komitmen (X3) 0,103, maka ketiga variabel lebih besar dari 0,05, jadi ketiga variabel tersebut, memiliki distribusi data yang normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Model regresi terjadi multikolinieritas jika nilai toleransinya kurang dari 0,1 dan VIF lebih dari 10.

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,4576	,0982		4,6615	,099		
	KEPUASAN	,7631	,0513	,7159	14,8707	,000	,683	1,463
	KEPERCAYAAN	,6272	,0541	,6851	11,5841	,002	,759	1,318
	KOMITMEN	,7159	,0750	,6357	9,5436	,000	,764	1,309

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai tolerance variabel kepuasan (X1), kepercayaan, dan komitmen lebih besar dari 0,10, sementara itu nilai VIF variabel

kepuasan (X1), kepercayaan, dan komitmen lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Coefficients

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig	Correlations
	B	Std. Error	Beta			Partial
1. (Constant)	,4576	,0982		4.6615	7,071E-006	
Kepuasan (X1)	,7631	,0513	,7159	14,8707	4,925E-031	,7761
Kepercayaan (X2)	,6272	,0541	,6851	11,5841	2,038E-022	,6921
Komitmen (X3)	,7159	,0750	,6357	9,5436	4,494E-017	,6198

Dari table diatas variabel kepuasan (X1), Kepercayaan (X2) dan Komitmen (X3) bahwa t hitung lebih besar dari t tabel (1,9764), yang berarti terdapat heteroskedastisitas.

### Pengujian Hasil Hipotesis

Dalam penelitian ini yang dilakukan adalah menganalisis sejauh mana pengaruh kepuasan, kepercayaan dan komitmen

terhadap loyalitas nasabah. Adapun persamaan adalah sebagai berikut :

$$Y = 0 + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas nasabah

0 = Konstanta

1.... 5 = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Kepuasan

X<sub>2</sub> = Kepercayaan

X<sub>3</sub> = Komitmen

e = Variabel pengganggu di luar variabel bebas

Hasil perhitungan dalam analisis ini menggunakan program *SPSS for Windows release 15.0* seperti yang tercantum pada lampiran, lebih rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### Coefficients

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Correlations
	B	Std. Error	Beta			Partial
1. (Constant)	,4576	,0982		4.6615	7,071E-006	
Kepuasan (X <sub>1</sub> )	,7631	,0513	,7159	14,8707	4,925E-031	,7761
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	,6272	,0541	,6851	11,5841	2,038E-022	,6921
Komitmen	,7159	,0750	,6357	9,5436	4,494E-017	,6198

a. Dependent Variable: loyalitas (Y)

Sumber : Data Diolah 2017

Persamaan regresi linier berganda dari perhitungan di atas adalah :

$$Y = 0 + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 + e$$

$$Y = 0,4576 + 0,7631 (X_1) + 0,6272(X_2) + 0,7159 (X_3)$$

Sedangkan dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta ( 0) sebesar 0,4576 menunjukkan bahwa apabila kepuasan (X<sub>1</sub>), kepercayaan (X<sub>2</sub>) dan komitmen (X<sub>3</sub>) sama dengan nol, maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,4576.
2. Koefisien regresi untuk kepuasan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,7631. Berarti jika kepuasan (X<sub>1</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,7631.

3. Koefisien regresi untuk kepercayaan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,6272. Berarti jika kepercayaan (X<sub>2</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,6272.

4. Koefisien regresi untuk komitmen (X<sub>3</sub>) sebesar 0,7159. Berarti jika komitmen (X<sub>3</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,7159.

Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dimana hasil perhitungan dari lampiran 4 sebesar 0,6433 atau 64,33% yang berarti variabel kepuasan (X<sub>1</sub>), kepercayaan (X<sub>2</sub>) dan komitmen (X<sub>3</sub>) dapat menjelaskan loyalitas nasabah (Y) sebesar 64,33%) sedangkan 35,67% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,8021 <sup>a</sup>	,6433	,6360	,3624



- a. Predictors; (Constant), Komitmen (X3), kepercayaan (X2), Kepuasan (X1)

Untuk mengetahui keeratan hubungan variabel bebas secara simultan dengan variabel terikat maka dapat dilihat besarnya R (koefisien korelasi), diketahui R (koefisien korelasi) sebesar 0,8021 atau 80,21 % yang berarti bahwa hubungan variabel bebas dengan variabel terikat adalah kuat.

Untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang peneliti ajukan maka perlu diadakan pengujian hasil analisa tersebut dengan menggunakan uji F dan uji t yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Analisa pengaruh secara serempak (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersamaan) antara kepuasan (X1), kepercayaan (X2) dan komitmen (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y)

#### Hasil Perhitungan Uji F

Model	Jumlah Kuadrat	Df	Kuadrat Tengah	F Hitung	Signifikansi
Regresi	34,5797	3	11,5266	87,7883	$1,606.10^{-32}$
Residual	19,1751	146	0,1313		
Total	53,7548	149			

Sumber : Data Diolah 2017

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa F hitung sebesar 87,7883 Dengan menggunakan taraf signifikan = 0,05 dan derajat kebebasan (df) pembilang adalah 3 dan penyebut adalah 146 sehingga diketahui F tabel 2,67 karena F hitung (87,7883) > F tabel (2,67) dan nilai signifikan sebesar  $1,606.10^{-32} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan (X1), kepercayaan (X2) dan komitmen (X3) secara simultan (bersamaan) mempunyai

#### Hasil Perhitungan Uji t

pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

2. Analisis Pengaruh Secara Parsial (Uji t)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial yaitu kepuasan (X1), kepercayaan (X2), dan komitmen (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y).

Langkah – langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

#### Coefficients

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig	Correlations
	B	Std. Error	Beta			Partial
1. (Constant)	,4576	,0982		4.6615	7,071E-006	
Kepuasan (X1)	,7631	,0513	,7159	14,8707	4,925E-031	,7761
Kepercayaan (X2)	,6272	,0541	,6851	11,5841	2,038E-022	,6921
Komitmen (X3)	,7159	,0750	,6357	9,5436	4,494E-017	,6198

- b. Dependent Variable; loyalitas (Y) Sumber : Data Diolah 2017

- a. Pengaruh Kepuasan (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Menggunakan taraf signifikansi sebesar  $= 0,05$  dan derajat kebebasan ( $df$ ) = 146 dengan menggunakan *two tail test* diperoleh  $t$  tabel sebesar 1,9764. Dari perhitungan didapat  $t$  hitung sebesar 14,8707, karena  $t$  hitung  $> t$  tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $4,925 \cdot 10^{-31} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga secara parsial kepuasan ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ). Hal ini menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada variabel kepuasan ( $X_1$ ) maka ada perubahan pada loyalitas nasabah ( $Y$ ).

b. Pengaruh kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas Nasabah ( $Y$ )

Menggunakan taraf signifikansi sebesar  $= 0,05$  dan derajat kebebasan ( $df$ ) = 146 dengan menggunakan *two tail test* diperoleh  $t$  tabel sebesar 1,9764.

Dari perhitungan didapat  $t$  hitung sebesar 11,5841, karena  $t$  hitung  $> t$  tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $2,038 \cdot 10^{-22} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga secara parsial kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ). Hal ini menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada variabel kepercayaan ( $X_2$ ) maka ada perubahan pada loyalitas nasabah ( $Y$ ).

c. Pengaruh komitmen ( $X_3$ ) terhadap Loyalitas Nasabah ( $Y$ )

Menggunakan taraf signifikansi sebesar  $= 0,05$  dan derajat kebebasan ( $df$ ) = 146 dengan menggunakan *two tail test* diperoleh  $t$  tabel sebesar 1,9764.

Dari perhitungan didapat  $t$  hitung sebesar 9,5436, karena  $t$  hitung  $> t$  tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $4,494 \cdot 10^{-17} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga secara parsial komitmen ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ). Hal ini menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada variabel komitmen ( $X_3$ ) maka ada perubahan pada loyalitas nasabah ( $Y$ ).

d. Dari hasil analisis ketiga variabel antara kepuasan ( $x_1$ ), kepercayaan ( $x_2$ ), komitmen ( $x_3$ ), bahwa kepuasan ( $X_1$ ) berpengaruh paling dominan terhadap

loyalitas nasabah ( $Y$ ). Dari perhitungan didapat  $t$  hitung sebesar 9,5436, karena  $t$  hitung  $> t$  tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $4,494 \cdot 10^{-17} < 0,05$ ,

### Kesimpulan

Berdasarkan kuesioner dan wawancara yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo terhadap pelayanan Bank Tabungan Pensiunan Negara Syariah Cabang Probolinggo memiliki rasa kepercayaan dan berkomitmen terhadap Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo Hal tersebut di dukung oleh hasil Analisis yang telah saya lakukan.

Adapun kesimpulan yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel variabel yang meliputi kepuasan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan komitmen ( $X_3$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ). Dari perhitungan didapat  $t$  hitung sebesar 14,8707, karena  $t$  hitung  $> t$  tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $4,925 \cdot 10^{-31} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima,  
**Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kepuasan, kepercayaan dan komitmen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah teruji kebenarannya.**
2. Dari hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel variabel yang meliputi kepuasan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan komitmen ( $X_3$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ). Dari perhitungan didapat  $t$  hitung sebesar 11,5841, karena  $t$  hitung  $> t$  tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $2,038 \cdot 10^{-22} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa variabel yang meliputi kepuasan, kepercayaan dan komitmen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah teruji kebenarannya.**

3. Dari hasil analisis diketahui bahwa kepuasan (X1) berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah (Y). Dari perhitungan didapat  $t$  hitung sebesar 9,5436, karena  $t$  hitung  $> t$  tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $4,494.10^{-17} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

**Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kepuasan memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas nasabah teruji kebenarannya.**

#### **Saran**

Berdasarkan penelitian dan pengamatan menunjukkan bahwa kepuasan, Kepercayaan dan komitmen secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah prioritas dan teruji kebenarannya. Jadi yang perlu dilakukan oleh pihak Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kepuasan nasabah prioritas Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo dapat dilakukan dengan menanggapi dan menindak lanjuti permintaan bantuan nasabah secara tulus dan tuntas serta menghargai setiap masukan dari nasabah sehingga terbina hubungan baik.
2. Meningkatkan kepercayaan nasabah, dapat dilakukan dengan menjaga kerahasiaan nasabah, menjelaskan dan mempromosikan produk serta layanan bank sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

3. Meningkatkan komitmen nasabah, dengan memperbaiki kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Kualitas layanan yang baik dapat diciptakan dengan memberikan pelatihan yang tepat pada seluruh karyawan tentang bagaimana melayani nasabah sesuai dengan harapan nasabah.

#### **Daftar Pustaka**

- Assael, Henry, 2009, *Consumer Behavior And Marketing Action, Fifth Edition*, Boston Massacussets; Pws Kent Publishing Company.
- Chan, Syafruddin, 2009, *Relationship Marketing*, Penerbit Pt. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Engel, James F, Roger D Blackwell, Paul W. Miniard, 2013, *Consumer Behavior*, The Dryden Press, Orlando, Eight Edition, International Edition.
- Ghozali, Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*, Edisi II, Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Goetsch, D.I Dan Davis, 2015, *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*, Englewood Cliffs, NJ, prentice Hall International Inc.
- Indriantoro Dan Supomo, 2011 *Metologi Penelitian Bisnis Akutansi Dan Manajemen*, Edisi Pertama . Yogyakarta :BPFE Yogyakarta.
- Ishak, Asmai, 2011, Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. Jurnal Marketing Vol 15 No. 1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Irawan, 2004, *Kepuasa Pelayanan Jasa*, Erlangga, Jakarta.

- Jasfer, Farida**, 2009, Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, Vol. 2 No. 3, September, Hal. 18-30.
- Kotler**, 2010, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jakarta : Prenhallindo.
- Loudon Dan Bitta**, 2008, *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Terjemahan Mangkunegara, Penerbit Pt. Eresco, Bandung.
- Mulyo Budi Setiawan Dan Ukudi**, 2007, Jurnal Bisnis Dan Ekonomi. Hal. 215-227. Universitas Stikubank.
- McKnight et al**, "The Impact of initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model", *Jurnal sistem strategi informasi*, (2002),11.
- Ramadania**, 2008 Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen, Vol.2 No.1 Januari, Hal 33-52.
- Ratnawati Nanik**, 2015, *pengaruh epuasan kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah prioritas bank bca kantor cabang pembantu pandaan*.
- Rinda Nariswari Dan Nur Iriawan**, 2012, Jurnal Marketing Statistika, Vol. 1 No. 1 fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (Its).
- Soetomo, Harsini**, 2010, Jurnal Bisnis Dan Akuntansi, Vol. 4, No. 2, Agustus, Hal. 119-134.
- Stanton, William J.** 2008. *Fundamental Of Marketing*. Ninth Edition. New York. Mc Graw – Hill Inc.
- Sugiyono**, 2012, *metode penelitian kuatitatif kualitatif, kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke Tujuh Belas, Alfabeta, Bandung
- Supranto, J.**, 2010, *Statistik : Teori Dan Aplikasi*, Edisi Lima, Jilid Dua, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy**, 2010, *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, **Fandy**, 2011, *Setrategi Permasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Keenam, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Mulyo Budi Setiawan Dan Ukudi**, 2007, Jurnal Bisnis Dan Ekonomi. Hal. 215-227. Universitas Stikubank.
- Vanessa**, 2007, *CRM Dan MPR Hotel*, Alfabeta, Bandung.
- Zulganef**, 2011, Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen, Vol. 2, No. 3 September, Hal. 98 – 111.