



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KESETIAAN  
NASABAH PADA BANK BPR SYARIAH CABANG  
ASEMBAGUS TAHUN 2023**

Siti Masruroh<sup>1</sup>, Dassucik<sup>2</sup> & Lusi Endang Sri Darmawati<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Situbondo

<sup>2</sup>Dosen Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Situbondo

<sup>3</sup>Dosen Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Situbondo

**Corresponding Email:** [dassucik75@gmail.com](mailto:dassucik75@gmail.com)

Received: Oct 12, 2023   Revised: Oct 16, 2023   Accepted: Oct 29, 2023

Abstrak. kualitas pelayanan sendiri memiliki arti memberi kesempurnaan dalam pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Tujuan penelitian Tujuan dalam penelitian ini adalah: untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kesetiaan nasabah Pada Bank BPR Syariah Cabang Asembagus. Penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel X (kualitas pelayanan) terhadap Y (kesetiaan nasabah). Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan random sampling, sampel yang di ambil hanya 100 orang dari nasabah Bank BPR Syariah Cabang Asembagus. Besarnya nilai R square adalah sebesar 0,436, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap Kesetiaan Nasabah (Y) adalah sebesar 43,6% sementara sisanya 56,4% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kesetiaan Nasabah (Y) dengan maka diperoleh nilai signifikan kualitas pelayanan (X) = 0,000 dan kesetiaan nasabah = 0,000. Hasil ini memberikan kesimpulan  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y) 0,369. Maka pengaruh total yang diberikan kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y) adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung, yaitu:  $0,167 + 0,369 = 0,536$ . Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,167 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,369 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan nasabah (Y). Berdasarkan perhitungan uji analisis dapat diketahui bahwa nilai thitung 4,6625. Nilai  $\alpha = 5\%$  dari 98 responden dan diperoleh ttabel 1,66005 karena thitung  $4,6625 >$  dari ttabel 1,66005 maka kesetiaan nasabah dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kesetiaan nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan dan Kesetiaan Nasabah.

## PENDAHULUAN

Menurut Janita et al. (2014) kualitas pelayanan sendiri memiliki arti memberi kesempurnaan dalam pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Maka dari itu kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai gambaran tingkat kesempurnaan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Menurut Aprilita (2012) kualitas layanan (*servicequality*) merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara layanan yang diharapkan (*expected service*) dengan layanan yang diterima (*percieved service*). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service* maka layanan akan dipersepsikan sebagai layanan yang ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan dengan *expected service* maka layanan akan dipersepsikan negatif. Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kesetiaan nasabah. Hal ini dapat dilihat bahwa pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan kesetiaan nasabah. Indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, jaminan, perhatian, dan ketanggapan.

Kesetiaan seseorang terhadap suatu produk tertentu merupakan suatu loyalitas konsumen. Maka dapat dikatakan bahwa loyalitas konsumen adalah suatu tingkat kepuasan konsumen terhadap produk secara berkelanjutan (Yuliana et al., 2018). Sebagaimana pendapat yang diutarakan oleh Mardalis didalam bukunya yang berjudul “meraih loyalitas pelanggan” bahwa loyalitas secara harfiah diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Kesetiaan nasabah atau yang bisa dikatakan loyalitas nasabah sangat berpengaruh terhadap keberlangsungannya suatu bank. Karena jika suatu bank tidak dapat menjaga nasabah, maka nasabah akan berpaling kepada bank lain yang menurut nasabah lebih menarik bagi nasabah.

Dalam menjaga kesetiaan nasabah, bank dapat melakukan suatu strategi salah satunya seperti menawarkan produk yang menarik, jalinan hubungan, dan kualitas pelayanan yang bagus. Hal tersebut dapat memberi pengertian bahwasanya kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kesetiaan nasabah.

Pada kesempatan ini, peneliti akan melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kesetiaan nasabah pada BPR Syariah Cabang Asembagus. BPR Syariah atau Bank Pengkreditan Rakyat sendiri Menurut (Pasal 1 ayat 4) No. 10 Tahun 1998 dapat di definisikan sebagai sebuah lembaga keuangan sebagaimana Bank

Perkreditan Rakyat yang konvensional yang operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syariah. Menurut website resmi PT. BPR Syariah Situbondo, PT. BPR Syariah Situbondo merupakan lembaga keuangan yang bergerak di bidang melayani kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Kantor utama PT. BPR Syariah Situbondo bertempat di Mimbaan kecamatan Panji Kabupaten Situbondo dan memiliki kantor cabang yang terletak di daerah Besuki dan Asembagus. PT. BPR Syariah Situbondo merupakan salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang diresmikan pada tanggal 13 Maret 2004. Maksud pendirian PT. BPR Syariah Situbondo (Perseroda) menurut peraturan daerah pasal 8 No.4 tahun 2022 adalah untuk meningkatkan peran dan fungsi BUMD dalam mendorong pertumbuhan perekonomian, pemerataan pembangunan daerah dan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka mewujudkan masyarakat Kabupaten Situbondo yang maju, mandiri dan berdaya saing melalui pelayanan perbankan.

Pada daerah Situbondo BPR Syariah termasuk pada Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sehingga dalam menjalankan operasionalnya, Bank BPR Syariah beroperasi berdasarkan aturan yang telah ditetapkan oleh peraturan daerah. Sesuai dengan peraturan daerah pasal 8 No.4 tahun 2022 tujuan didirikannya PT. BPR Syariah Situbondo adalah untuk menyediakan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan ruang lingkup Bank BPR Syariah Situbondo, meningkatkan pendapatan asli daerah, ikut serta berperan aktif dalam melaksanakan pembangunan daerah. Dalam kelacaran operasional BPR Syariah memiliki kunci salah satunya adalah nasabah. Pada era yang semakin maju, dalam suatu daerah semakin banyak bermunculan bank-bank yang menjadi saingan dalam mendapatkan nasabah sebanyak mungkin. Maka dari itu, kesetiaan nasabah harus diusahakan oleh bank.

Kajian peneliti terdahulu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas. Penelitian ini dilakukan dengan sampel seluruh nasabah funding BNI syariah cabang Banda Aceh periode 2019 dengan alat analisis regresi path analisis.

Mustofa (2016) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Tbk. Cabang Gorotalo). menyimpulkan bahwa Hasil Penelitian menunjukkan kualitas layanan dan penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan Citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun

kualitas layanan, penanganan komplain dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Gorontalo. Teknik analisis data menggunakan Regresi Berganda dengan menggunakan program SPSS.

Doni Marlius (2017) yang berjudul Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukit Tinggi dilihat dari Kualitas pelayanan. Meyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dengan indikator phisycal advance, empathy, assurance, responseviness dan reability berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dan pengolahan data menggunakan SPSS.

Muhammad Zakiy (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.Menyimpulkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan kepuasan nasabah mampu memediasi secara penuh (full mediation) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah.Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hipotesis dengan aplikasi Smart-PLS 3.0.”

Annas dan Wirawan (2021) yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kepercayaan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Di PT. BPR Syariah Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. Menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dari Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.Sedangkan penanganan keluhan berpengaruh negative terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda dan pengolahan data menggunakan program SPSS.”

Berdasarkan pada latar belakang kajian penelitian terdahulu, maka peneliti menjadikan kualitas pelayanan dan kesetiaan nasabah sebagai bahan dalam penelitian ini. Dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kesetiaan Nasabah Pada Bank BPR Syariah Cabang Asembagus Tahun 2023.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel X (kualitas pelayanan) terhadap Y (kesetiaan nasabah). Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan random sampling, sampel yang di ambil hanya 100 orang dari nasabah Bank BPR Syariah Cabang Asembagus. Kegiatan pengujian instrumen penelitian meliputi empat hal, yaitu

uji validitas, uji reabilitas, uji hipotesis serta uji analisis korelasi dan determinasi.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Uji Validitas dan Reabilitas Data Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner yang digunakan. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk pengujian validitas angket dilakukan dengan membandingkan  $r_{tabel}$  (Pearson Correlation) dengan  $r_{hitung}$ . Nilai  $r_{tabel}$  dengan signifikan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = N-2, df = 100-2 = 98$  sebesar 0,165.

Berikut ini data hasil angket variabel keandalan dan jaminan terhadap kesetiaan nasabah.

Tabel 1. Hasil Validitas Angket Keandalan (X1)

No. Soal	r Hitung	r tabel N= 100	Kesimpulan
1	0,312	0,1654	Valid
2	0,633	0,1654	Valid
3	0,636	0,1654	Valid
4	0,647	0,1654	Valid
5	0,501	0,1654	Valid
6	0,681	0,1654	Valid
7	0,692	0,1654	Valid
8	0,512	0,1654	Valid
9	0,507	0,1654	Valid
10	0,627	0,1654	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS

Tabel 2. Hasil Validitas Angket Jaminan (X2)

No. Soal	r Hitung	r tabel N= 100	Kesimpulan
1	0,473	0,1654	Valid
2	0,567	0,1654	Valid
3	0,423	0,1654	Valid
4	0,628	0,1654	Valid
5	0,631	0,1654	Valid
6	0,543	0,1654	Valid
7	0,358	0,1654	Valid
8	0,488	0,1654	Valid
9	0,573	0,1654	Valid
10	0,649	0,1654	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS

Tabel 3. Hasil Validitas Angket Kesetiaan Nasabah (Y)

No. Soal	r Hitung	r tabel N= 100	Kesimpulan
1	0,595	0,1654	Valid
2	0,604	0,1654	Valid
3	0,641	0,1654	Valid
4	0,535	0,1654	Valid
5	0,531	0,1654	Valid
6	0,618	0,1654	Valid
7	0,607	0,1654	Valid
8	0,657	0,1654	Valid
9	0,635	0,1654	Valid
10	0,671	0,1654	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha dimana suatu instrument dikatakan reliable bila memiliki koefisien kehandalan reabilitas sebagai berikut:

Tabel 4 Tingkat realibilitas berdasarkan nilai alpha

No	Alpha	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 s/d 0,20	Kurang Reliable
2	0,21s/d 0,40	Agak Reliable
3	0,41 s/d 0,60	Cukup Reliable
4	0,61 s/d 0,80	Reliable
5	0,81 s/d 1,00	Sangat Reliable

Sumber : Triton Perwira Budi, SPSS 13 Terapan: Riset Statistik

1) Uji Realibilitas Keandalan (X1)

Vareabel keandalan (yang akan diuji reliabilitasnya sebagai berikut:

Tabel 5 Uji Reliabilitas Keandalan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	10

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah) 2023

Pada keandalan pada tingkat signifikan 5% koefisien alpha .777 (dibaca 0,777), ini berarti  $r_{alpha} > r_{table}$  yaitu 0,1654, sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk keandalan terbukti reliable, karena nilai cronbach's Alpha= 0,777.

## 2) Uji Realibilitas Jaminan (X2)

Vareabel jaminan merupakan yang akan diuji reliabilitasnya sebagai berikut:

Tabel 6 Uji Reliabilitas Jaminan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	10

Pada variabel jaminan pada tingkat signifikan 5% koefisien alpha .719 (dibaca 0,719), ini berarti  $\alpha > r_{table}$  yaitu 0,1654, sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk jaminan terbukti reliable, karena nilai  $\text{cronbach's Alpha} = 0,719$ .

## 3) Uji Realibilitas Kesetiaan Nasabah

Variabel kesetiaan nasabah merupakan (variable terikat) yang akan diuji reliabilitasnya sebagai berikut :

Tabel 7. Uji Reliabilitas Kesetiaan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.810	10

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah)

Pada vareabel kesetiaan nasabah pada tingkat signifikan 5% koefisien alpha .810 (dibaca 0,810), ini berarti  $\alpha > r_{table}$  yaitu 0,1654, sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk kesetiaan nasabah terbukti sangat reliable, karena nilai  $\text{cronbach's Alpha} = 0,810$ .

## 2) Uji Analisis Korelasi



**a. Nilai Korelasi Pearson**

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kesetiaan nasabah dilakukan analisis data dan pengujian hipotesis mayor dengan menghitung korelasi antara  $X_1$  dan  $X_2$  secara serentak dengan variabel  $Y$ .

$$R_{y(1,2)} = \sqrt{\frac{a_1 \sum x_1 y + a_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

$$= 0,533$$

Nilai Koefisien Korelasi Pearson:

1. Kualitas pelayanan berhubungan secara positif dengan kesetiaan nasabah sebesar 0,535 ( $r = 0,535$ ). Tingkat hubungan kualitas pelayanan dengan kesetiaan Nasabah adalah pengaruh sedang
2. Nilai signifikan  $r$  hubungan kualitas pelayanan dengan kesetiaan nasabah adalah 0,000. Artinya,  $0,000 < 0,05$  dan dengan demikian korelasi antara kedua variabel signifikan.

**b. Analisis Variabel Keandalan Terhadap Kesetiaan Nasabah**

Sesuai dengan kerangka pemikiran maka dapat membuat dua persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan.

Tabel 8 : Hasil analisis data keandalan terhadap kesetiaan nasabah

**Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,483	2,705		4,985	0,000
	keandalan	,615	,071	,660	8,607	0,000

a. Dependent Variable: kesetiaan nasabah

(Sumber: Data Peneliti dengan SPSS)

Dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel keandalan (X1) = 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa, variabel keandalan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan nasabah

**c. Analisis Variabel Jaminan Terhadap Kesetiaan Nasabah**

Sesuai dengan kerangka pemikiran maka dapat membuat dua persamaan persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan.

Tabel 9 : Hasil analisis data jaminan terhadap kesetiaan nasabah

**Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,690	3,652		,737	0,463
	jaminan	,190	,114	,167	1,663	0,000
	kesetiaan nasabah	,685	,123	,559	5,580	0,000

a. Dependent Variable: kesetiaan nasabah

(Sumber: Data Peneliti dengan SPSS)

**d. Analisis R Square**

Tabel 10. : Nilai R Square

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,660	0,436	0,430	3,937

- a. Predictors: (Constant), keandalan  
(Sumber: Data Peneliti dengan SPSS)

Besarnya nilai R Square adalah sebesar 0,436, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah adalah sebesar 43,6 % sementara sisanya 56,4% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Hasil analisis data semua variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh keandalan (X1) terhadap kesetiaan nasabah (Y) dari analisis diatas dapat diperoleh nilai signifikan jaminan (X1)  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh positif dan signifikan keandalan (X1) terhadap kesetiaan nasabah (Y).
2. Pengaruh jaminan (X2) terhadap Kesetiaan nasabah (Y) dari analisis diatas dapat diperoleh nilai signifikan jaminan (X2)  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh positif dan signifikan jaminan (X2) terhadap kesetiaan nasabah (Y).
3. Besarnya nilai R square adalah sebesar 0,436, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap Kesetiaan Nasabah (Y) adalah sebesar 43,6% sementara sisanya 56,4% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kesetiaan Nasabah (Y) dengan maka diperoleh nilai signifikan kualitas pelayanan (X) = 0,000 dan kesetiaan nasabah = 0,000. Hasil ini memberikan kesimpulan  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y) 0,369. Maka pengaruh total yang diberikan kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y) adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung, yaitu:  $0,167 + 0,369 = 0,536$ .
5. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,167 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,369 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kualitas pelayanan (X)

mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan nasabah (Y). Berdasarkan perhitungan uji analisis dapat diketahui bahwa nilai thitung 4,6625. Nilai  $\alpha = 5\%$  dari 98 responden dan diperoleh ttabel 1,66005 karena thitung 4,6625 > dari ttabel 1,66005 maka kesetiaan nasabah dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kesetiaan nasabah.

## **PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kesetiaan nasabah. Adapun pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan disajikan sebagai berikut:

Responden yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 orang dengan identitas jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan perbulan, berapa lama menjadi nasabah Bank BPR Syariah Cabang Asembagus. Bank BPR berapa kali bertransaksi dalam satu minggu. Dari hasil pengolahan data maka dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah jenis kelamin perempuan 51 orang dan laki-laki 49 orang. Dapat dilihat bahwasanya perempuan lebih minat menabung dan bertransaksi di perbankan dibandingkan dengan laki-laki. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai thitung 4,6625. Nilai  $\alpha = 5\%$  dari 98 responden dan diperoleh ttabel 1,66005 karena thitung 4,6625 > dari ttabel 1,66005 maka kesetiaan nasabah dapat memediasi hubungan antara jaminan terhadap kesetiaan nasabah

### **1. Keandalan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kesetiaan Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keandalan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan nasabah (Y) Bank BPR Syariah Cabang Asembagus. Faktor pertama yang mempengaruhi kesetiaan nasabah adalah keandalan yang diberikan Bank BPR Syariaiah kepada nasabahnya.

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh keandalan (X1) terhadap kesetiaan nasabah (Y) dapat diperoleh nilai signifikan keandalan (X1)  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh positif dan signifikan keandalan (X1) terhadap kesetiaan nasabah (Y).

### **2. Jaminan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kesetiaan Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh jaminan (X2) terhadap kesetiaan nasabah (Y) maka diperoleh nilai signifikan jaminan (X2) = 0,000 dan jaminan (Y) = 0,000. Hasil ini memberikan kesimpulan  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara jaminan (X2) terhadap kesetiaan nasabah (Y).

Besarnya nilai R Square adalah sebesar 0,463, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y) adalah sebesar 46,3% sementara sisanya 53,7% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y) melalui diketahui pengaruh langsung yang diberikan kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y) sebesar 0,167. Sedangkan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y) adalah perkalian antara nilai beta kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan Nasabah (Y) dengan nilai beta kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y), yaitu  $0,660 \times 0,559 = 0,369$ . Maka pengaruh total yang diberikan kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y) adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung, yaitu:  $0,167 + 0,369 = 0,536$ .

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,167 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,369 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung keandalan (X1) melalui jaminan (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kesetiaan nasabah (Y). Berdasarkan perhitungan uji regresi dapat diketahui bahwa nilai thitung 4,6625. Nilai  $\alpha = 5\%$  dari 98 responden dan diperoleh ttabel 1,66005 karena thitung  $4,6625 >$  dari ttabel 1,66005 maka kesetiaan nasabah dapat memediasi hubungan antara keandalan terhadap kesetiaan nasaba.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y).
- b. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keandalan (X1) terhadap kesetiaan nasabah (Y)
- c. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara jaminan (X2) terhadap kesetiaan nasabah (Y)

- d. Besarnya nilai R Square mempengaruhi kualitas pelayanan (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y). Berdasarkan perhitungan uji analisis regresi dapat diketahui bahwa kesetiaan nasabah (Y) dapat memediasi hubungan antara (X) terhadap kesetiaan nasabah (Y).

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, K., Aiman, U., Jannah, M., Hasda, S., Fadila, Z., Taqwin, Masita, Nugraha, A., & Eka, S. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif. <https://www.researchgate.net/publication/370561251>
- Aprilita, G. (2012). Pengaruh Kemampuan Kerja dan Kualitas Layanan Pegawai Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Kantor kas UPI.
- Janita, I., Suharyono, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang). In Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol (Vol. 15, Issue 1).
- Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan.
- Griffin, Jill, 2005. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer.
- Rizal, A. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0. Deepublish.
- Mustofa. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Tbk. Kantor kas Gorotalo). Jurnal Ekonomi Islam, 12.
- Nurlia, & Barru, G. (2018). Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent Nurlia. In Meraja Journal (Vol. 1, Issue 2).

Riananda, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Kantor Kas Pembantu Ponorogo.

Wijayanto, K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank.

Yuliana, Mnur, E., Juanda, R., & Wahyuni Yusni, S. (2018). Pengaruh Relationship Marketing Dan Keunggulan Produk Terhadap Kesetiaan Nasabah Pada PT.Bank Syariah Mandiri. In JMI (Vol. 9, Issue 2). <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JInoMan>

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.