

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian

1. Obyek Penelitian

PD BPR Bank Jogja semula bernama PD BPR Bank Pasar Kota madya Yogyakarta, berdiri pada tanggal 12 Mei 1961 dibawah naungan kantor Dinas Pasar Beringharjo Yogyakarta. Sempat mengalami beberapa kali perpindahan kantor dari Kompleks Pasar Beringharjo Jl. Brigjend Katamso Yogyakarta, kemudian pindah lagi ke Pasar Serangan Yogyakarta dan akhirnya pada tahun 1988 berhasil menempati bangunan gedung milik sendiri diatas tanah hak pakai dari Pemerintah Kota Yogyakarta seluas 500 M2 di Jl Patangpuluhan No. 1. Pada 2011 gedung kantor pusat telah diperluas menjadi 1.570 M2.

a. Misi

- 1) Melakukan kegiatan perbankan terbaik dengan mengutamakan usaha mikro kecil dan menengah.
- 2) Memberikan pelayanan yang melampaui kepuasan nasabah melalui jaringan pelayanan yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang professional.
- 3) Memberikan manfaat yang optimal dan berkesinambungan kepada pemilik, pengelola, nasabah dan masyarakat.

b. Visi

- 1) Menjadi BPR terbaik dan terpercaya pilihan masyarakat.

2. Subyek Penelitian

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa subyek atau responden adalah Nasabah PD Bank Jogja Yogyakarta. Kuesioner yang disebarakan dalam penelitian ini berjumlah 70. Kuesioner diberikan secara langsung kepada konsumen yang berada di PD Bank Jogja Yogyakarta. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 10 hari jam kerja, yakni pada tanggal 09-20 Mei 2016. Responden yang bertransaksi di PD Bank Jogja Yogyakarta, Laki-laki maupun perempuan yang berusia 20–70 tahun karena pada masa itu seseorang telah dianggap dewasa dan dianggap sudah dapat mengambil keputusan. Dari 70 kuesioner yang disebarakan, tingkat pengembaliannya 100%, artinya seluruh kuesioner yang disebarakan dapat kembali secara utuh. Seluruh data yang kembali, semuanya sesuai dengan kriteria sampel pada penelitian ini, sehingga 70 kuesioner yang kembali semuanya dapat diolah untuk mendapatkan hasil penelitian.

Sebelum membahas lebih jauh mengenai hasil penelitian ini, terlebih dahulu akan dibahas mengenai gambaran dari responden yang berisi tentang usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir. Distribusi hasil penelitian ini disajikan berikut ini.

a. Usia Responden

Berdasarkan hasil jawaban tentang usia dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Responden dengan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
21 Tahun - 30 Tahun	15	21,4
31 Tahun - 40 Tahun	28	40,0
41 Tahun - 50 Tahun	12	17,1
51 Tahun - 60 Tahun	11	15,7
61 Tahun - 70 Tahun	4	5,7
Total	70	100,0

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden sebagian besar adalah usia 31 Tahun – 40 Tahun yaitu sebesar 28 responden (40,0%).

b. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil jawaban tentang jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Distribusi Responden dengan dasar Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki – Laki	41	58,6
Perempuan	29	41,4
Total	70	100,0

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden sebagian besar adalah jenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 41 responden (58,6%).

c. Pendidikan

Berdasarkan hasil jawaban tentang pendidikan responden dapat ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut :

Tabel 4.3
Distribusi Responden dengan Pendidikan

Usia	Frekuensi	Persentase
SMA	18	25,7

D1	6	8,6
D3	18	25,7
S1	25	35,7
S2	3	4,3
Total	70	100,0

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden adalah pendidikan S1 yaitu sebesar 25 responden (35,7%).

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Uji yang digunakan menggunakan uji signifikansi *product Moment Pearson*. Sebuah item dikatakan valid jika signifikan (α) < 5% atau < 0,05 (Sekaran, 2011). Menggunakan software SPSS 21.00 di dapat hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas Instrumen

Variabel	item	Signifikansi	$\alpha < 0,05$	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Butir 1	0,001	0,05	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Valid
	Butir 6	0,000	0,05	Valid
	Butir 7	0,000	0,05	Valid
	Butir 8	0,000	0,05	Valid
	Butir 9	0,000	0,05	Valid
	Butir 10	0,000	0,05	Valid
	Butir 11	0,000	0,05	Valid
	Butir 12	0,000	0,05	Valid
	Butir 13	0,000	0,05	Valid
	Butir 14	0,000	0,05	Valid
	Butir 15	0,000	0,05	Valid
	Butir 16	0,000	0,05	Valid
	Butir 17	0,000	0,05	Valid
	Butir 18	0,000	0,05	Valid
	Butir 19	0,000	0,05	Valid
Loyalitas Nasabah	Butir 20	0,000	0,05	Valid

Variabel	item	Signifikansi	$\alpha < 0,05$	Keterangan
	Butir 21	0,000	0,05	Valid
	Butir 22	0,000	0,05	Valid
	Butir 23	0,000	0,05	Valid
	Butir 24	0,000	0,05	Valid
	Butir 25	0,000	0,05	Valid
	Butir 26	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Nasabah	Butir 27	0,000	0,05	Valid
	Butir 28	0,000	0,05	Valid
	Butir 29	0,000	0,05	Valid
	Butir 30	0,000	0,05	Valid
	Butir 31	0,000	0,05	Valid
	Butir 32	0,000	0,05	Valid
	Butir 33	0,000	0,05	Valid
	Butir 34	0,000	0,05	Valid
Kepercayaan Nasabah	Butir 35	0,000	0,05	Valid
	Butir 36	0,000	0,05	Valid
	Butir 37	0,000	0,05	Valid
	Butir 38	0,000	0,05	Valid
	Butir 39	0,000	0,05	Valid
	Butir 40	0,000	0,05	Valid
	Butir 41	0,000	0,05	Valid
	Butir 42	0,000	0,05	Valid
	Butir 43	0,000	0,05	Valid

Sumber :Data primer yang diolah

Dari tabel 4.4 uji validitas diatas dapat dilihat bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu 43 item pada variabel valid sudah layak untuk dilakukan penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Untuk menentukan suatu instrument reliable atau tidak maka bisa menggunakan batas nilai alpha 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik. Sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah butir	Coronbach's Alpha	Kondisi	Keterangan
Kualitas Pelayanan	19	0,934	> 0,6	Reliabel
Loyalitas Nasabah	7	0,876	> 0,6	Reliabel
Kepuasan Nasabah	9	0,919	> 0,6	Reliabel
Kepercayaan Nasabah	8	0,862	> 0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah

Dapat diketahui dari table 4.5 diatas bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk ke empat variabel memiliki nilai lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah reliabel.

C. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Untuk dapat menjawab pertanyaan dan membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, maka data yang telah terkumpul dari kuesioner diolah dengan cara ditabulasi selanjutnya dianalisis. Analisa data yang akan dilakukan meliputi pengujian kuesioner, mendiskripsikan data penelitian dan menguji hipotesis yang terdapat dalam penelitian. Dari analisa data akan diberi ulasan (keterangan) atau pembahasan atas hasil analisis tersebut, sehingga angka-angka akan mempunyai makna.

Sesuai dengan tujuan analisis data di atas maka alat yang digunakan adalah:

1. Analisis Regresi

Soemantri (2011) menyatakan bahwa Regresi linear sederhana bertujuan untuk mempelajari hubungan linear antara dua variabel. Sedangkan

dalam Sugiyono (2011) dinyatakan bahwa regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dan satu variabel dependen. Pada penelitian ini terdapat dua variabel mediasi yaitu: variabel kepuasan nasabah dan variabel kepercayaan nasabah.

2. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen Ghozali (2012).

Pengambilan keputusan pada uji statistik t dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikannya pada taraf 0,05. Jika nilai signifikannya $\geq 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai signifikannya $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasilnya sebagai berikut:

- a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta (H_1)

Hipotesis 1 penelitian ini yaitu: pengaruh antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Z_1). Hasil hipotesis 1 ini diambil dari hasil uji t, hasil uji hipotesis 1 ditunjukkan pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji t

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
(Constant)		-4,765	0,000
Kualitas Pelayanan (X)	0,909	17,943	0,000
Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Z_1)			

Sumber: data primer yang diolah

Hasil perhitungan diatas diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z_1=0,909X$$

Berdasarkan pada tabel 4.6 didapatkan hasil estimasi variabel kualitas pelayanan (X) memiliki nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut dibawah $\alpha = 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Z_1). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta.

- b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta (H_2)

Hipotesis 2 penelitian ini yaitu: pengaruh antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepercayaan nasabah (Z_2). Hasil hipotesis 2 ini diambil dari hasil uji t, hasil uji hipotesis 2 ditunjukkan pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji t

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
(Constant)		1,269	0,209
Kualitas Pelayanan (X)	0,812	11,457	0,000
Dependent Variabel: Kepercayaan Nasabah (Z_2)			

Sumber: data primer yang diolah

Hasil perhitungan diatas diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z_2=0,812X$$

Berdasarkan pada tabel 4.7 didapatkan hasil estimasi variabel kualitas pelayanan (X) memiliki nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut dibawah $\alpha = 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah (Z_2). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta.

c. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta (H_3)

Hipotesis 3 penelitian ini yaitu: pengaruh antara kepuasan nasabah (Z_1) terhadap loyalitas (Y). Hasil hipotesis 3 ini diambil dari hasil uji t, hasil uji hipotesis 3 ditunjukkan pada tabel 4.8 berikut

Tabel 4.8
Hasil Uji t

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
(Constant)		5,636	0,000
Kepuasan Nasabah (Z_1)	0,890	16,119	0,000
Dependent Variabel: Loyalitas Nasabah (Y)			

Sumber: data primer yang diolah

Hasil perhitungan diatas diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=0,890Z_1$$

Berdasarkan pada tabel 4.8 didapatkan hasil estimasi variabel kepuasan nasabah (Z_1) memiliki nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut dibawah $\alpha = 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel Kepuasan

nasabah (Z_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta.

- d. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta (H_4)

Hipotesis 4 penelitian ini yaitu: pengaruh antara kepercayaan nasabah (Z_2) terhadap loyalitas nasabah (Y). Hasil hipotesis 4 ini diambil dari hasil uji t, hasil uji hipotesis 4 ditunjukkan pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji t

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
(Constant)		1,794	0,077
Kepercayaan Nasabah (Z_2)	0,743	9,164	0,000
Dependent Variabel: Loyalitas Nasabah (Y)			

Sumber: data primer yang diolah

Hasil perhitungan diatas diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=0,743Z_2$$

Berdasarkan pada tabel 4.9 didapatkan hasil estimasi variabel kepercayaan nasabah (Z_2) memiliki nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi

tersebut dibawah $\alpha = 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan nasabah (Z_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta.

- e. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta (H_5)

Hipotesis 5 penelitian ini yaitu: pengaruh antara kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas nasabah (Y). Hasil hipotesis 5 ini diambil dari hasil uji t, hasil uji hipotesis 5 ditunjukkan pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji t

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
(Constant)		-0,469	0,640
Kualitas Pelayanan (X)	0,834	12,488	0,000
Dependent Variabel: Loyalitas Nasabah (Y)			

Sumber: data primer yang diolah

Hasil perhitungan diatas diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=0,834X$$

Berdasarkan pada tabel 4.10 didapatkan hasil estimasi variabel kualitas pelayanan (X) memiliki nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut dibawah $\alpha = 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas

pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta.

3. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Pada penelitian ini pengaruh langsung yaitu, hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas nasabah (Y). Sedangkan pengaruh tidak langsung penelitian ini adalah hubungan antara kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan kepuasan nasabah (Z_1) dan kepercayaan nasabah (Z_2) sebagai variabel *intervening*. Dalam Nazaruddin dan Basuki (2015) besarnya pengaruh tidak langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen yaitu perkalian nilai koefisien jalur variabel independen terhadap variabel dependen dengan nilai koefisien variabel dependen terhadap variabel dependen lainnya. Pada penelitian ini pengaruh secara langsung dan tidak langsung di jelaskan pada tabel 4.11:

Tabel 4.11
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Pengaruh Langsung	Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	= 0,834
Pengaruh Tidak Langsung	Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) melalui Kepuasan Nasabah (Z_1)	= (0,909 x 0,890) = 0,809
	Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) melalui Kepercayaan Nasabah (Z_2)	= (0,812 x 0,743) = 0,603

Berdasarkan pada hasil didapatkan estimasi pengaruh langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas nasabah memiliki koefesien regresi sebesar

0,834. Kemudian didapatkan hasil pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah sebesar $(0,909 \times 0,890) = 0,809$ dan pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepercayaan nasabah sebesar $(0,812 \times 0,743) = 0,603$.

4. Uji Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini akan dijelaskan pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Persentase
1	0,909 ^a	0,826	0,823	82,3%
2	0,812 ^a	0,659	0,654	65,4%
3	0,890 ^a	0,793	0,790	79%
4	0,743 ^a	0,553	0,546	54,6%
5	0,834 ^a	0,696	0,692	69,2%
Nilai Rata-Rata <i>Adjusted R Square</i>			0,701	70,1%

Sumber: data primer yang diolah

Hasil pengujian determinasi pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* pada tabel diatas mengindikasikan kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Untuk melihat seluruh kemampuan dari variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan nilai rata-rata *adjusted R square* dari setiap model, hasilnya didapatkan nilai rata-rata *adjusted R square* sebesar 0,701 atau 70,1%, yang artinya bahwa

variabel loyalitas nasabah dapat diterangkan oleh variabel independen lainnya sebesar 70,1% dan 29,9% diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta

Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada ditangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan.

Kepuasan nasabah merupakan respons nasabah terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki nasabah. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha.

Hal ini lah yang menyebabkan mengapa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta sehingga kualitas

memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi Yanti Sudirman (2011) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah assurance. Diperkuat dengan penelitian oleh Gusti Ayu Putu (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan menunjukkan bahwa: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan asas kepercayaan, sehingga dalam memilih tempat berinvestasi masyarakat tentunya haruslah benar-benar menyeleksi dan memilih bank mana yang akan tepat menjadi tempat untuk menginvestasikan uang yang dimiliki, baik berupa deposito dan tabungan ataupun lainnya. Adanya resiko yang tinggi didalamnya maka

banyak faktor yang harus dipikirkan dalam proses pemilihan sebuah Bank yang akan digunakan untuk menyimpan atau menginvestasikan uang yang dimiliki.

Masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan bisnis tersebut. Kualitas pelayanan dari sebuah jasa tidak dapat dikesampingkan, karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh nasabah dan kepuasan dari nasabah. Ramsey dan Sohi dalam penelitian Agung (2006), mengemukakan bahwa kepercayaan merupakan elemen penting yang berpengaruh pada kualitas suatu hubungan.

Perusahaan yang telah berdiri akan memasarkan perusahaannya hingga dapat bersaing di kalangan perusahaan lainnya. Persaingan kualitas produk yang sangat sengit akan berdampak pada kepercayaan nasabah, maka itu dibutuhkannya pemasaran agar perusahaan dapat berkembang dengan pesat. Kemampuan produk layanan yang baik akan berdampak pada pemakainya dan akan menguatkan atau bisa mendapatkan posisi terbaik di hati nasabah, sehingga layanan sangatlah penting bagi perusahaan. Perusahaan harus tetap menjaga kualitas dari perusahaan agar pada pangsa pasar perusahaan mempunyai citra yang baik di kalangan nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Rastini (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Artinya, semakin baik kualitas

pelayanan maka kepercayaan nasabah semakin tumbuh, sehingga kepercayaan nasabah akan semakin baik.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis saat ini, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk dapat menjaga kesetiaan pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain (Susanto,2008). Kualitas pelayanan yang baik memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang puas akan melakukan promosi gratis terhadap jasa yang telah diterimanya. Begitu sebaliknya, apabila nasabah merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, maka akan muncul *terrorist customer* yaitu nasabah berbicara mengenai hal yang negatif mengenai perusahaan dikarenakan tidak puas terhadap pelayanan yang diperoleh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bowen dan Chen (2001) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Diperkuat dengan penelitian oleh Gusti Ayu Putu (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

4. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta

Prinsip kepercayaan merupakan suatu asas yang melandasi hubungan antara bank dan nasabah bank. Bank berusaha dari dana masyarakat yang disimpan berdasarkan kepercayaan, sehingga setiap bank perlu menjaga kesehatan banknya dengan tetap memelihara dan mempertahankan kepercayaan masyarakat.

Penelitian ini relevan dengan penelitian Garbarino dan Johnson dalam Setiawan dan Ukudi (2007) yang menemukan bahwa pelanggan tetap, kepercayaan dan komitmen merupakan perantara utama dalam mempengaruhi niat berperilaku dibandingkan dengan kepuasan keseluruhan. Penelitian Agung (2006), yang mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa akan meningkatkan nilai hubungan yang terjalin dengan penyedia jasa. Dengan demikian akan meningkatkan pula kemungkinan konsumen untuk melakukan konsumsi ulang. Morgan dan Hunt dalam penelitian Agung (2006) menambahkan pula, bahwa tingginya kepercayaan akan dapat berpengaruh terhadap menurunnya kemungkinan untuk melakukan perpindahan terhadap penyedia jasa lain sehingga loyalitas nasabah akan terbentuk.

Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Deby Meigy Arzena (2012) dengan judul Pengaruh Kepuasan atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara

signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang dengan nilai sig $0,000 < 0,05$.

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta

Persaingan memperebutkan nasabah banksangat ketat. Dengan jumlah bank dan kantor cabang yang banyak dan produk yang ditawarkan bank beragam, kualitas pelayanan memang sangat penting bagi bank untuk mempertahankan nasabah atau mendapatkan nasabah baru. Dengan kualitas pelayanan sebuah bank dianggap berkualitas maka nasabahnya tentu akan loyal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Akbar dan Parves (2009) yang menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Semua atribut kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berkaitan langsung dengan loyalitas pelanggan (Siddiqi, 2011).

Diperkuat dengan penelitian oleh Putu (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

6. Pengaruh Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening*

Pengaruh kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini lebih kecil dari pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, artinya

peran kepuasan nasabah dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah memiliki peran yang lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh secara langsung

7. Pengaruh Kepercayaan Nasabah sebagai Variabel *Intervening*

Pengaruh kepercayaan nasabah sebagai variabel *intervening* antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini lebih kecil dari pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, artinya peran kepercayaan nasabah dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah memiliki peran yang lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh secara langsung

8. Pembahasan Uji Determinasi

Hasil pengujian determinasi masing-masing memberikan hasil nilai *Adjusted R square* mendekati angka satu, artinya masing-masing variabel bebas dalam penelitian ini dapat menjelaskan variasi variabel terikat dengan baik. Selain itu nilai rata-rata *adjusted R square* mendekati nilai satu, sehingga model keseluruhan dapat dikatakan baik.